



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2008

Geographie der Kreativwirtschaft: Visualisierung und Interpretation der räumlichen Entwicklung der Zürcher Kreativwirtschaft

Klaus, P ; Bentz, D ; Hofstetter, C

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich
ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-10173>
Book Section

Originally published at:

Klaus, P; Bentz, D; Hofstetter, C (2008). Geographie der Kreativwirtschaft: Visualisierung und Interpretation der räumlichen Entwicklung der Zürcher Kreativwirtschaft. In: Zürcher Kreativwirtschaft. Zweiter Zürcher Kreativwirtschaftsbericht. Zürich: Stadt Zürich, 35-72.

Geographie der Kreativwirtschaft

Visualisierung und Interpretation der räumlichen Entwicklung der Zürcher Kreativwirtschaft

1. Einleitung

Ausgangslage

Der Begriff Kreativwirtschaft wird häufig assoziiert mit Freitag-Taschen, Design- und Kunstateliers sowie Architekten und Schriftstellern. Eine etwas genauere Definition dieses Wirtschaftszweiges macht deutlich, dass es sich bei Kultur- und Kreativunternehmen um Organisationen handelt, die «sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und medialen Verbreitung von kulturellen und kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen» (Weckerle et al. 2007: 27).

2003 wurde erstmals eine empirische Bestandesaufnahme dieses bis dahin wenig erforschten Wirtschaftszweiges in der Schweiz gemacht (Weckerle und Söndermann 2003). Eine erste Bezugnahme auf die räumlichen Entwicklungen der Zürcher Kreativwirtschaft erfolgte drei Jahre später (Klaus 2006). In der vorliegenden Studie werden die feinstrukturierten Muster der Kreativwirtschaft im Kanton und in der Stadt Zürich aufgezeigt und visualisiert. Die Studie entstand im Auftrag der Wirtschafts- und Standortförderungen von Stadt und Kanton Zürich.

Standortfaktoren der Kreativwirtschaft

In der Kreativwirtschaft, die ein wissens- und kommunikationsintensiver Wirtschaftszweig ist, gibt es je nach Branche unterschiedliche Standortfaktoren. Für fast alle Branchen der Kreativwirtschaft gilt aber, dass sie auf Urbanität angewiesen sind (Klaus 2006). Wie in anderen Branchen garantieren urbane Standorte Zentralität kundenorientierter Dienstleistungen. Die Produktionsbedingungen unterliegen aber weiteren Faktoren. Zu nennen sind dabei der Informationsaustausch zwischen den Unternehmen, qualifizierte Arbeitskräfte, geeignete Räumlichkeiten, Erreichbarkeit und das kreative Milieu. Da der grösste Teil der Kreativwirtschaft zu den sogenannten Zeichen- oder Symbolproduzenten gehört (Lange 2007), sind urbane Faktoren sehr wichtig. Dazu zählen insbesondere die Ausgeh- und Kulturangebote. Ein nicht zu unterschätzender Wert für die Kreativszenen ist die Fahrradtauglichkeit der Quartiere (Heider 2007). Trends, Moden, technologische und gesellschaftliche Entwicklungen spielen bei den Symbolproduzenten eine zentrale Rolle. Die Aneignung von entsprechendem Wissen geschieht insbesondere in Szenen, die im Vergleich zu anderen Branchen kaum strukturiert und im städtischen Umfeld oder gar in bestimmten Quartieren eingebettet sind (Lange 2007). Dabei überlagern sich Medien, Grafik und Musik sowohl bezüglich Produktion als auch Konsum. Das heisst, in der Kreativbranche sind die Möglichkeiten und der Zugang zu kulturellen Angeboten und die Aneignung von aktuellem Wissen integrierter Bestandteil des Berufsprofils.

Geeignete Räumlichkeiten sind ein weiterer Standortfaktor. Ideale Bedingungen bieten ehemalige Industrieareale mit ihren grossen, hellen Räumen zu günstigen Mietzinsen. Ein weiterer wichtiger Standortfaktor ist die Adresse. Wie in vielen Geschäftsbereichen ist die «gute» Adresse für das Image auch bei Kreativunternehmen von grosser Wichtigkeit. Was aber eine gute Adresse ist, unterscheidet sich von Branche zu Branche. In der Kreativwirtschaft sind zunehmend Standorte in sogenannten Trendquartieren zum Ziel der Unternehmen geworden. Dies sind zum einen citynahe ehemalige Arbeiterquartiere, zum anderen ehemalige Industriegebiete. Die vorliegende Untersuchung der Räume der Kreativwirtschaft soll Aufschluss geben über das Standortverhalten der Kreativunternehmen sowie über Teilmärkte, deren Entwicklungen und Potenziale.

Wir fragen mit anderen Worten nach den Hotspots dieses dynamischen Wirtschaftszweiges, nach räumlichen Konzentrationen und stellen die zeitliche Entwicklung wichtiger Teilbranchen kartographisch dar. Seit 2001, dem Jahr, aus dem die Daten der ersten Bestandesaufnahme stammen, hat sich nämlich viel verändert. Die Kreativwirtschaft, mit vergleichsweise vielen Klein- und Kleinstunternehmen, war von der wirtschaftlichen Flaute zu Beginn des neuen Jahrzehnts besonders stark betroffen, was auch in der «Kreativ-Geographie» von Stadt und Kanton Zürich Spuren hinterlässt.

Zur Datenlage

Datengrundlage bilden die Betriebszählungen des Bundesamtes für Statistik der Jahre 2001 und 2005. Sämtliche Karten und Grafiken beziehen sich auf diese Quellen. Die Vollerhebungen des Unternehmensbestandes gestatten eine detaillierte räumliche Verortung der kreativen Standorte. Untersuchungseinheiten sind die Betriebe, respektive die Beschäftigten der Betriebe. Gegenüber einer unternehmensfokussierten Betrachtungsweise haben die Betriebe den Vorteil, dass die Beschäftigung geographisch sehr detailliert erfasst werden kann. Als Kreativwirtschaft wird dabei eine Teilmenge der NOGA-Wirtschaftsabteilungen definiert, die entsprechende Abgrenzung findet sich im Anhang. Der thematische Schwerpunkt auf kartographische Darstellungen bringt es mit sich, dass gegenüber dem gesamtschweizerischen Bericht zur Kreativwirtschaft (Weckerle et al. 2007) und gegenüber dem ersten Bericht in dieser Publikation bei der Kreativwirtschaftsabgrenzung einige Anpassungen vorgenommen werden mussten.¹

¹ So werden im gesamtschweizerischen Bericht einige Branchen anteilmässig verschiedenen Kreativ-Teilmärkten zugeordnet, oder es wird nur ein Bruchteil der Beschäftigten zur Kreativwirtschaft gezählt. Beides ist bei einem kartographischen Ansatz nicht möglich, weshalb diese Branchen hier eindeutig zugeordnet oder weggelassen wurden. Zudem werden in diesem Bericht die Druckereien berücksichtigt. Die Definition der Kreativwirtschaft – wenngleich sie im Grossen und Ganzen vergleichbar ist – fällt aus diesem Grunde teilweise anders aus. Das ist bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen.

2. Überblick Kanton Zürich

Ein Fünftel aller Beschäftigten in der Schweiz arbeitete im Jahr 2005 im Kanton Zürich und erwirtschaftete zusammengekommen 22 Prozent des schweizerischen Volkseinkommens. Ein dichtes Verkehrsnetz, eine moderate Steuerbelastung, die Nähe zu den Hochschulen und wichtige Unternehmenscluster sind Vorteile des Kantons und Gründe, warum sich viele Firmenzuzüger für den Grossraum Zürich entscheiden. Das urbane Zentrum dieses wirtschaftlichen Ballungsgebietes, die Stadt Zürich, spielt auch für die Schweizer Kreativwirtschaft eine bedeutende Rolle. Dies äussert sich in einer ausserordentlichen «kreativen Dichte». Auf einem Quadratkilometer Stadtfläche arbeiten im Schnitt 334 Beschäftigte in Betrieben, die sich der Kreativwirtschaft zuordnen lassen. Das sind so viele, wie in keiner anderen Zürcher Gemeinde.

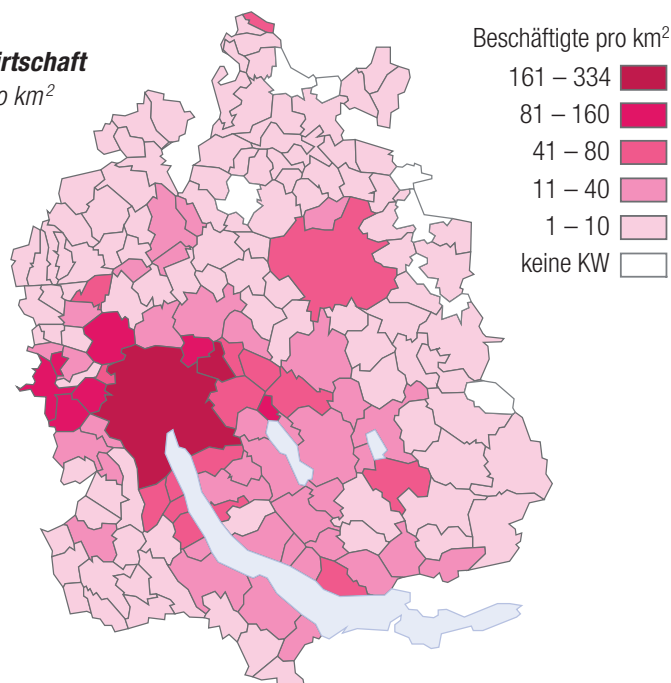
Dieses Miteinander von Ökonomie und Kreativität – von Banken und Designateliers – verweist auf eine zunehmende Verflechtung von Kultur und Wirtschaft (Klaus 2006). Dass die Kreativwirtschaft im urbanen, lebendigen und wirtschaftlich starken Zürich stark vertreten ist, ist kein Zufall. Urbanität ist einer der wichtigsten Standortfaktoren der Kreativwirtschaft (vgl. Kap. 1). Auch in anderen Städten im Kanton Zürich findet sich eine vergleichsweise hohe «Kreativdichte»; sei es in Winterthur und Wetzikon oder in verschiedenen Agglomerationsgemeinden im Limmattal und im Glattal (Karte 1). Im gesamtkantonalen Durchschnitt ist der Bereich Software die zahlenmässig stärkste Teilbranche der Kreativwirtschaft. 26 Prozent der Kreativ-Beschäftigten arbeiten hier. An zweiter Stelle folgt die Architektur mit 23 Prozent. Sieben Zürcher Gemeinden verfügten im Jahr 2005 gemäss den Daten der Betriebszählung über gar keine Arbeitsplätze in der Kreativwirtschaft. Dabei handelt es sich um eher periphere und ländliche Gemeinden wie Sternenberg oder Truttikon.

In der Stadt Zürich arbeiten 8.9 Prozent der Beschäftigten in Kreativ-Branchen. Gegenüber dem kantonalen Durchschnitt von 7.5 Prozent sind das überdurchschnittlich viele. Generell ist dieser Anteil in städtischen und nahe den Zentren gelegenen Gemeinden höher als in ländlichen und eher peripheren Gebieten (Karte 2), wobei es auch Ausnahmen gibt: So ist im kleinen und ländlichen Berg am Irchel der Prozentanteil der Kreativ-Beschäftigten am höchsten. Von insgesamt 71 Beschäftigten arbeiten 16 Prozent in Betrieben, die sich der Kreativwirtschaft zuordnen lassen. In Winterthur liegt der Anteil bei 6.7 Prozent, in Wetzikon bei 6.9 und in Uster bei 4.3 Prozent. Die städtischen Zentren haben zwischen 2001 und 2005 zwar absolut an Kreativ-Beschäftigten verloren, im Vergleich zum Rest des Kantons haben sie jedoch relativ an Bedeutung gewonnen. Dies zeigt sich augenfällig anhand der «Marktanteilsveränderungen» der Gemeinden bezogen auf das gesamtkantonale Beschäftigungstotal (Karte 3). Dieser Indikator erfasst, welche Gemeinden relativ an Beschäftigten gewonnen oder verloren haben – mit anderen Worten die Dynamik der regionalen Beschäftigungsentwicklung der Kreativwirtschaft.

Konkret wird für die Jahre 2001 und 2005 der prozentuale Anteil der Kreativ-Beschäftigten an der kantonalen Gesamtbeschäftigung in der Kreativwirtschaft berechnet. Der dargestellte Indikator ergibt sich dann aus der Differenz der so berechneten 2001er und 2005er Anteile. Für die Interpretation der Karte 3 bedeutet dies zweierlei. Einerseits zeigt die Farbgebung, ob in einer Gemeinde das Beschäftigungswachstum im Vergleich mit dem kantonalen Mittel über- oder unterdurchschnittlich war. Ist eine Gemeinde im roten Bereich, so verlief die Beschäftigungsentwicklung dort unterdurchschnittlich, kurz: Der Marktanteil dieser Gemeinde hat sich verringert. Ist sie hingegen im blauen Bereich, so ist es umgekehrt. Der Anteil der in dieser Gemeinde Beschäftigten am kantonalen Total hat zugenommen – ihr Marktanteil an der Kreativwirtschaft hat sich vergrössert. Andererseits zeigt die Intensität der beiden Farben, ob die Entwicklung volumenmässig ins Gewicht fällt. Je grösser die Veränderung der Beschäftigtenzahl, desto intensiver die Farben.

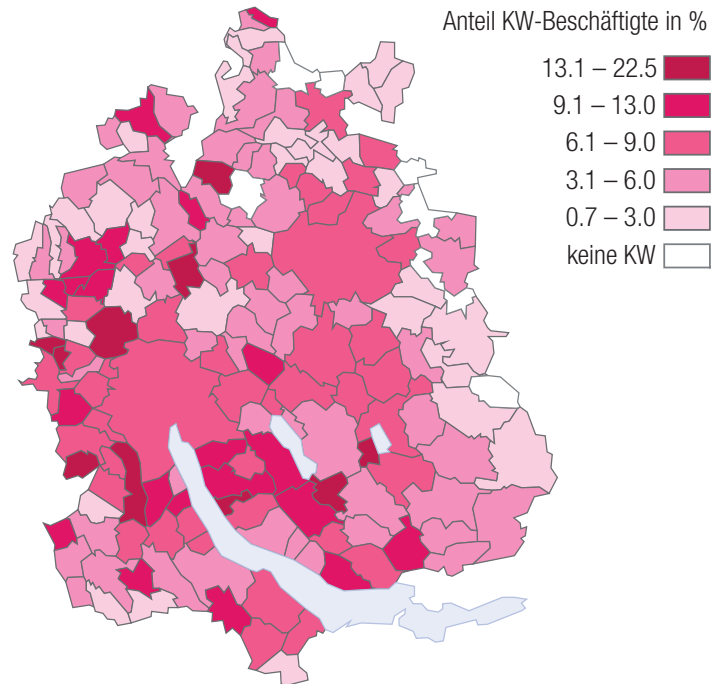
Karte 1:
Beschäftigungsdichte in der Kreativwirtschaft

Zürcher Gemeinden 2005, Beschäftigte pro km²

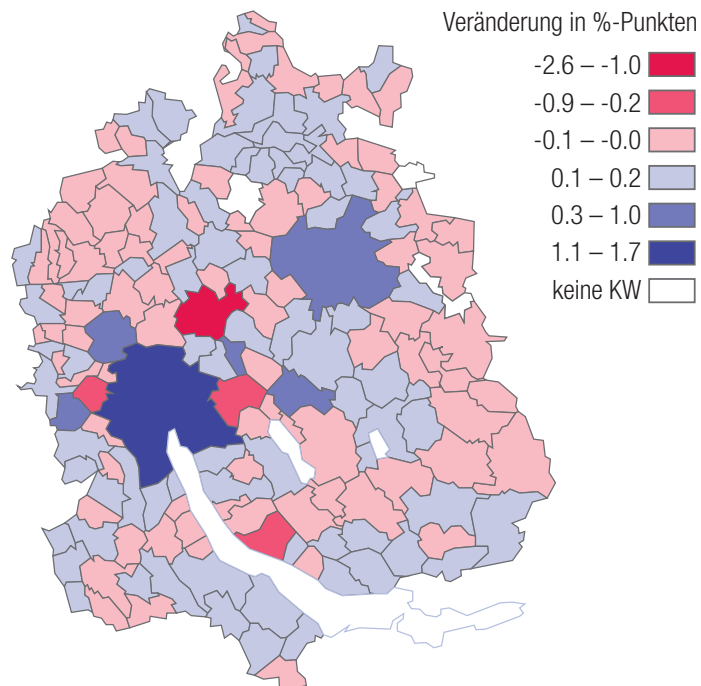


Karte 2:**Bedeutung der Kreativwirtschaft für die Beschäftigung**

Zürcher Gemeinden 2005, Anteil der in der Kreativwirtschaft Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigung in %

**Karte 3:****Bedeutungsveränderung der Zürcher Gemeinden für die Kreativwirtschaft**

Zürcher Gemeinden 2005, Anteil der in der Kreativwirtschaft Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigung in %

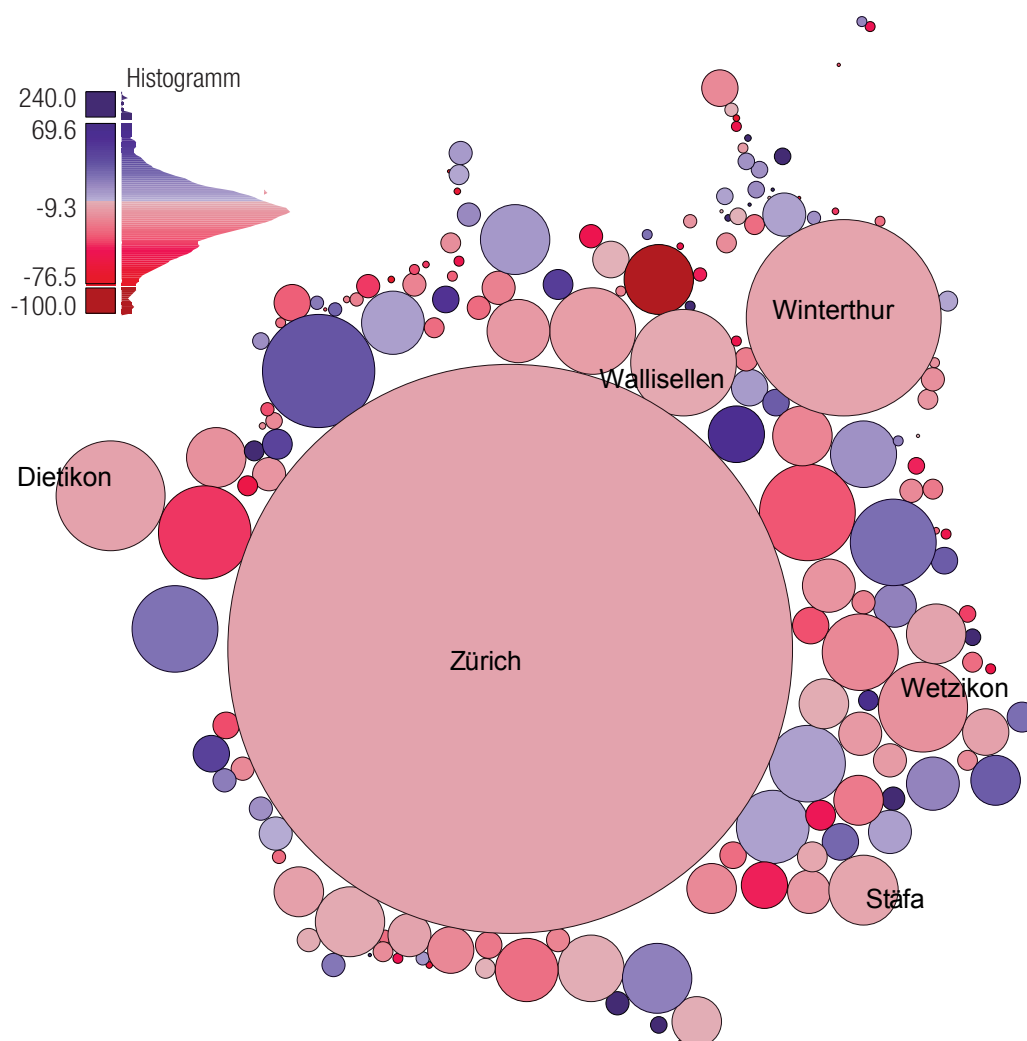


Karte 3 zeigt damit ein recht deutliches Muster der Verlagerung der Beschäftigungsschwerpunkte. So haben die Kernstädte Zürich und Winterthur an Bedeutung für die Kreativwirtschaft gewonnen, beide haben ihren Marktanteil ausgebaut. Die städtischen Ballungsgebiete übten in den letzten Jahren eine «Sogwirkung» aus und konnten – relativ im Vergleich zu den anderen Gemeinden – ihre Bedeutung für die Kreativwirtschaft ausbauen. Es fand eine eigentliche Zentralisierung statt: Die Kreativ-Schwerpunkte verlagerten sich zunehmend in die städtischen Zentren. Absolut gesehen ging die Zahl der Beschäftigten allerdings sowohl in Zürich als auch in Winterthur um rund fünf Prozent zurück. Der rückläufige Trend manifestierte sich damit auch in den Kreativ-Zentren, wenngleich hier die prozentuale Abnahme schwächer ausfiel als im Gesamtkanton.

Generell sind prozentuale Veränderungen vorsichtig zu interpretieren. Gerade bei kleinen Gemeinden genügt oft der Zu- oder Wegzug eines einzelnen Betriebes, um die Veränderungsraten stark nach oben oder unten ausschlagen zu lassen. Deshalb wird in Karte 4 die Gemeindefläche mit der Zahl der Kreativ-Beschäftigten im Jahr 2005 gewichtet. Die Gemeinden erscheinen aus diesem Grunde grössenverzerrt. Die Entwicklungen – veranschaulicht anhand der Farbintensität – lassen sich so im Hinblick auf ihre Bedeutung besser einschätzen. Augenfällig wird dadurch insbesondere die grosse Bedeutung der Stadt Zürich für die Kreativwirtschaft, wobei die hellrote Farbgebung auf den Rückgang der Kreativ-Beschäftigten von fünf Prozent hinweist; kleinere Gemeinden, auch wenn sie hohe Zuwachsraten erzielten, erscheinen indes nur als kleine Flächen. Im Gegensatz zur Karte 3 mit den Marktanteilsveränderungen der Gemeinden – wo die relative Bedeutungsveränderung ins Blickfeld gerückt wurde – zeigt diese Karte damit die absolute Beschäftigungsentwicklung.

Karte 4: Beschäftigungsveränderung in der Kreativwirtschaft

Zürcher Gemeinden, prozentuale Veränderung 2001–2005. Gemeindegrösse proportional zur Zahl der Kreativwirtschaftsbeschäftigten



Lesehilfe:

Die Kreisflächen sind proportional zur Zahl der Beschäftigten in der Kreativwirtschaft im Jahr 2005

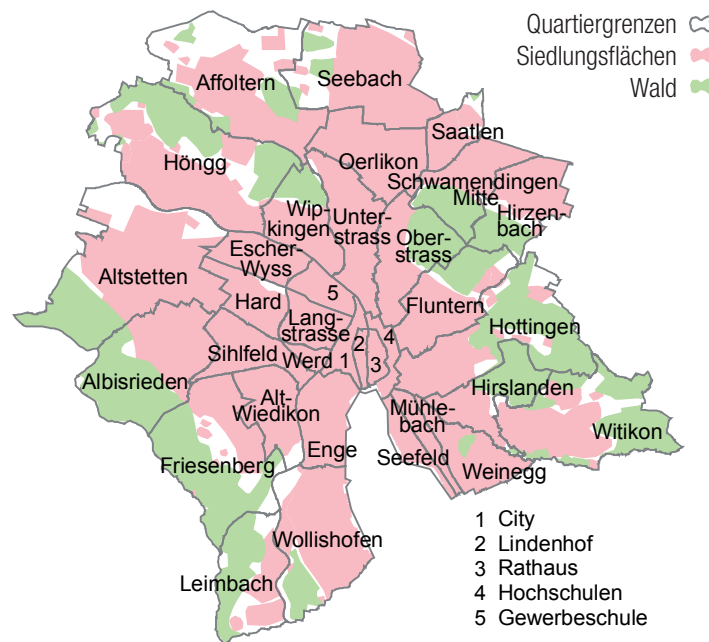
Die Kreisfarben zeigen die prozentuale Veränderung der Kreativbeschäftigung zwischen 2001 und 2005.

3. Die Stadt Zürich

Die Stadt Zürich ist der «Motor» des umliegenden Wirtschaftsraumes, das zeigt sich gerade auch anhand des Finanzsektors und des Gastgewerbes, zweier zahlenmässig bedeutender Branchen, die für eine gut funktionierende Wirtschaft im Kanton eine wichtige Rolle spielen. 56 Prozent aller Zürcher Finanzinstitute (inkl. Versicherungen) sind in der Kantonshauptstadt angesiedelt.

Gleichzeitig besitzt die Stadt mit durchschnittlich 17 Gastronomiebetrieben pro Quadratkilometer Stadtfläche kantonsweit die höchste «Gastrodichte». Die Stadt Zürich ist indes auch das Zentrum der Kreativwirtschaft. 53 Prozent aller Kreativ-Beschäftigten arbeiteten 2005 in der Kantonshauptstadt. Das ist deutlich mehr, als der durchschnittliche Beschäftigungsanteil Zürichs von 45 Prozent. Diese Zahlen unterstreichen die grosse Bedeutung des urbanen Wirtschaftszentrums für den dynamischen, sich in Teilen immer wieder neu erfindenden Wirtschaftszweig.

Karte 5: Die Zürcher Stadtquartiere – eine Übersicht



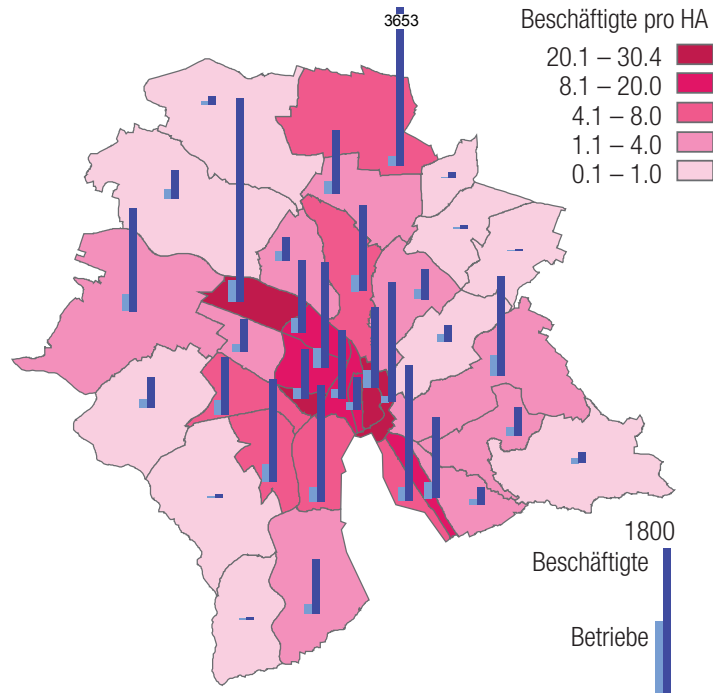
Markante Unterschiede zwischen den Stadtquartieren

Innerhalb der Stadt Zürich sind die Unterschiede gross. Ein Überblick zeigt, dass die Zahl der Beschäftigten pro Hektare vor allem in und um die zentralen Quartiere Hochschulen, Rathaus, Werd und Escher-Wyss besonders hoch ist (Karte 6). Eine hohe «Kreativdichte» findet sich gürtelgleich von Mühlbach über die Altstadt und die Langstrasse bis ins Escher-Wyss-Quartier. In den periphereren Stadtgebieten ist sowohl die Dichte als auch die absolute Zahl der Beschäftigten und Betriebe in der Regel deutlich kleiner.

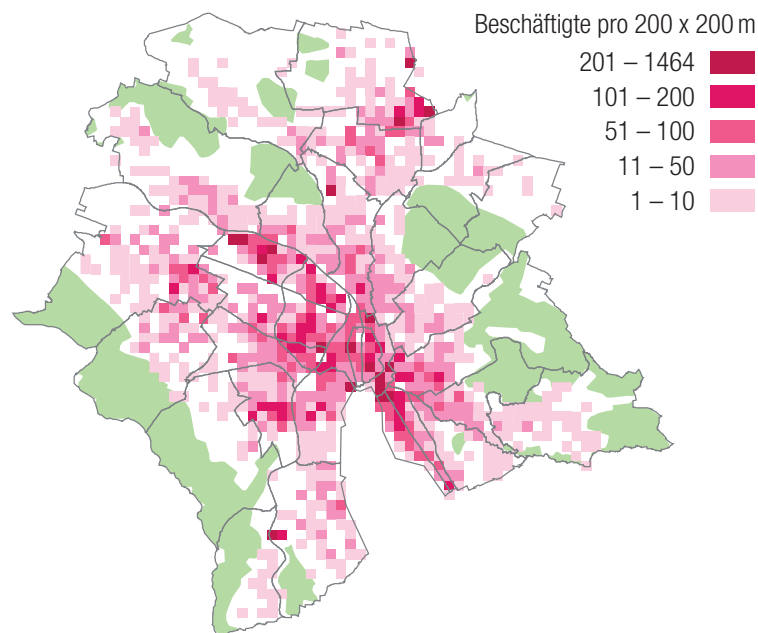
Keine Regel freilich ohne Ausnahme: In Seebach – am nördlichen Stadtrand – arbeiten, absolut betrachtet, die meisten Kreativ-Beschäftigten, obwohl die Beschäftigungsdichte hier kleiner ist als in den kleinräumigeren zentralen Quartieren um die Altstadt. Die periphere Sonderstellung Seebachs ist auf die Fernsehanstalt am Leutschenbach zurückzuführen. Insgesamt 44 Prozent der Beschäftigten der Seebacher Kreativwirtschaft arbeiten im Bereich Rundfunk, wozu auch Radio- und Fernsehanstalten zählen.

Karte 6**«Kreativdichte» in den Stadtquartieren**

2005, Beschäftigte pro ha (Farbe) sowie Zahl der Beschäftigten und Betriebe (Säulen) nach Quartier

**Karte 7:****Kreativwirtschafts-Beschäftigte pro 200 x 200 m**

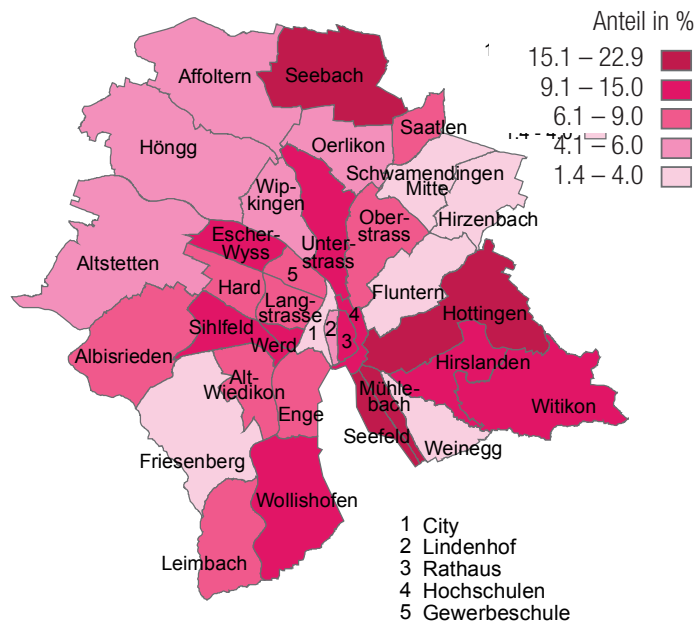
Stadt Zürich, 2005



Karte 7 zeigt mit der Zahl der Beschäftigten pro 200 x 200 m Fläche (vier Hektaren quadratisch angeordnet) eine feingliedrigere Aufschlüsselung der Kreativ-Standorte. Der kreative Gürtel ist als solcher wiederum erkennbar, jedoch treten weitere Hotspots ins Blickfeld. Stark vertreten ist die Kreativwirtschaft somit insbesondere auch in der Binz in Alt-Wiedikon, im zentrumsnahen Teil der Enge sowie in Oerlikon. Besonders deutlich sticht die Massierung von Kreativ-Beschäftigten im Escher-Wyss-Quartier entlang der Hardturmstrasse ins Auge. Weiter unten werden diese Standorte einer genaueren Betrachtung unterzogen.

Karte 8:**Die Bedeutung der Kreativwirtschaft in den Stadtquartieren**

2005, Anteil Beschäftigte in der Kreativwirtschaft an der Quartier-Gesamtbeschäftigung, in %



Betrachtet man nicht die räumliche Dichte, sondern den Anteil der Kreativwirtschaft an der Gesamtbeschäftigung in den Stadtquartieren, wird das Bild der räumlichen Verteilung im Wesentlichen bestätigt. Dieser Indikator beschreibt die Bedeutung der Kreativwirtschaft für die Beschäftigungssituation (Karte 8). Deutlich überdurchschnittlich viele Beschäftigte finden sich im Seefeld und in Seebach; in beiden Quartieren weicht dieser Indikator mehr als zehn Prozentpunkte vom gesamtstädtischen Durchschnitt von neun Prozent ab. Im Seefeld beträgt der Kreativanteil an der Gesamtbeschäftigung 23 Prozent, in Seebach 20. Aber auch in den Quartieren Mühlebach, Hottingen, Escher-Wyss und Rathaus liegt der Kreativanteil mehr als fünf Prozentpunkte über dem städtischen Mittel. Auf der anderen Seite ist die Kreativwirtschaft – gemessen an der Zahl der Beschäftigten – in den Quartieren Hirzenbach, Schwamendingen Mitte, Fluntern und Friesenberg mit jeweils mindestens sechs Prozentpunkten unter dem städtischen Schnitt besonders schwach präsent.

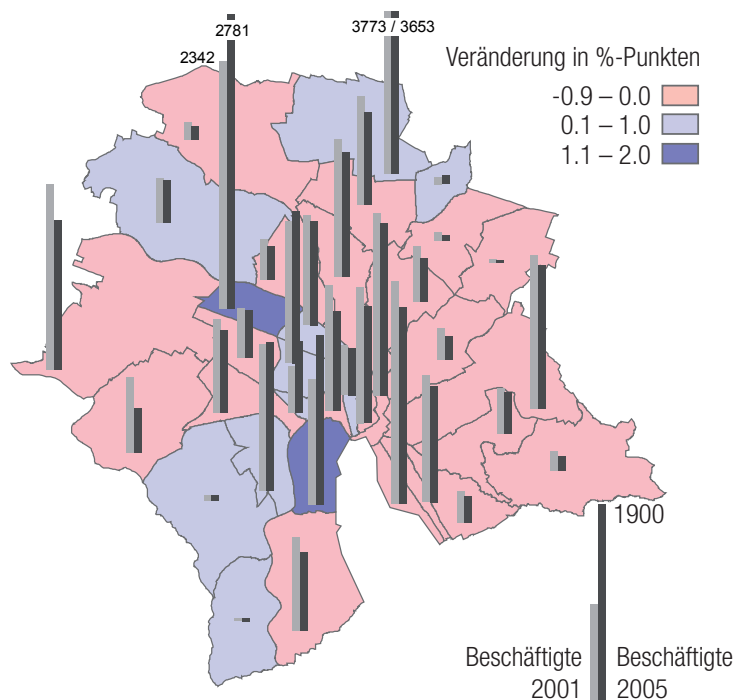
Entwicklungen in der Stadt Zürich

Karte 9 zeigt, analog zur Kantonskarte 3 in Kapitel 2, die Marktanteilsveränderungen der Quartiere an der gesamten Kreativwirtschaft. Mit anderen Worten veranschaulicht sie den relativen Bedeutungsgewinn resp. -verlust der Stadtquartiere im Zeitraum 2001 bis 2005. Die Quartiere Escher-Wyss, Langstrasse, Werd, Enge, Alt-Wiedikon und Seebach haben demnach relativ deutlich zugelegt. Mit Ausnahme von Seebach stieg in diesen Quartieren nicht nur der Marktanteil, sondern auch die absolute Zahl der Beschäftigten. Der zentrumsnahe Kreativ-Gürtel links der Limmat – auf der Karte 9 klar ersichtlich – ist damit die eigentliche «kreative Boomregion» in der Stadt Zürich. An Bedeutung eingebüsst haben gemäss Marktanteilsveränderung vor allem die westlichen Randquartiere Altstetten und Albisrieden.

Karte 9:

Bedeutungsveränderung der Stadtquartiere für die Kreativwirtschaft

Beschäftigungsanteil an der gesamtschweizerischen Kreativwirtschaft 2005 abzüglich des Beschäftigungsanteils 2001, in Prozentpunkten



4. Die Teilmärkte der Kreativwirtschaft in der Stadt Zürich

Zur Darstellungsweise

Die Kreativwirtschaft kann in verschiedene Teilmärkte aufgeteilt werden. Teilmärkte sind zusammengefasste Branchen; der Teilmarkt Architektur beispielsweise umfasst die Branchen Architekturbüros, Innenarchitektur und Landschaftsplanung. Diese Teilmärkte, welche die Kreativwirtschaft erst konkret und fassbar machen, werden im Folgenden für die Stadt Zürich dargestellt. Die Definition der Teilmärkte, respektive die Zuordnung von Branchen zu Teilmärkten, findet sich im Anhang. Das Darstellungsprinzip ist bei allen Teilmärkten identisch. Drei Karten werden von einem erläuternden Text begleitet. Die erste Karte beschreibt jeweils den Ist-Zustand im Jahr 2005, mit anderen Worten die «Kreativdichte» in der Stadt. Dargestellt ist die Zahl der Beschäftigten im entsprechenden Teilmarkt pro 200 mal 200 Meter, d.h. auf einer vier Hektaren grossen quadratischen Fläche.

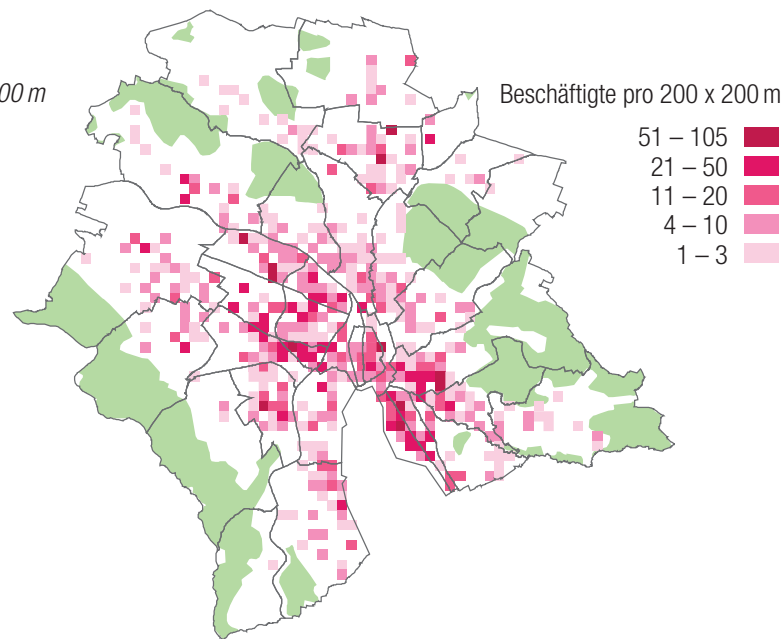
Die zweite Karte zeigt, analog zu den Kapiteln 2 und 3, die Marktanteilsveränderung der Stadtquartiere in Bezug auf den jeweiligen Teilmarkt. Dargestellt ist damit der relative Bedeutungsgewinn resp. -verlust der Quartiere (für eine Definition dieses Indikators vgl. Kap. 2). Da ein Quartier zwar relativ an Bedeutung gewinnen kann, auch wenn die Beschäftigung absolut gesehen schrumpft, sind die jeweiligen Beschäftigungszahlen für die Jahre 2001 und 2005 als Balken angegeben. Dadurch können die Entwicklungen im Kontext betrachtet werden.

Die dritte Karte zeigt, anhand der Einfärbung der Stadtquartiere, die prozentuale Veränderung der Beschäftigung zwischen 2001 und 2005. In rot eingefärbten Quartieren ist die Zahl der Kreativ-Beschäftigten zurückgegangen, in blau eingefärbten Quartieren ist sie gestiegen. Da prozentuale Veränderungen generell vorsichtig zu interpretieren sind (vgl. Kap. 2), werden die Stadtquartiere flächenverzerrt dargestellt.² Die Grösse der Quartiere ist proportional zur Zahl der dort Beschäftigten (im entsprechenden Teilmarkt). Die Beschäftigungsentwicklungen können dadurch im Kontext gelesen werden. Grosse prozentuale Veränderungen kommen optisch nur dort zur Geltung, wo sie für die Beschäftigung tatsächlich auch ins Gewicht fallen.

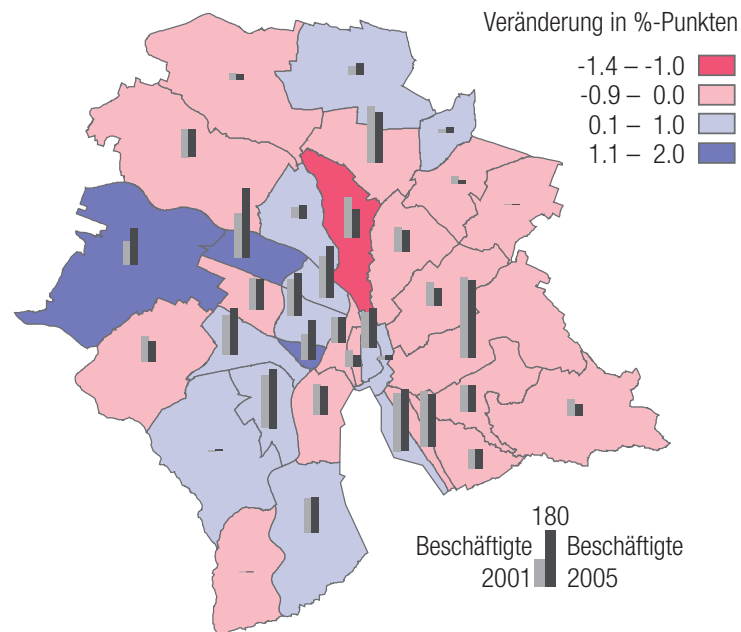
² Die verzerrten Karten (Kartogramme) wurden mit der Software MAPresso erstellt. Mehr dazu unter: <http://www.mapresso.com/>

Karten 10a - 10c: Architektur

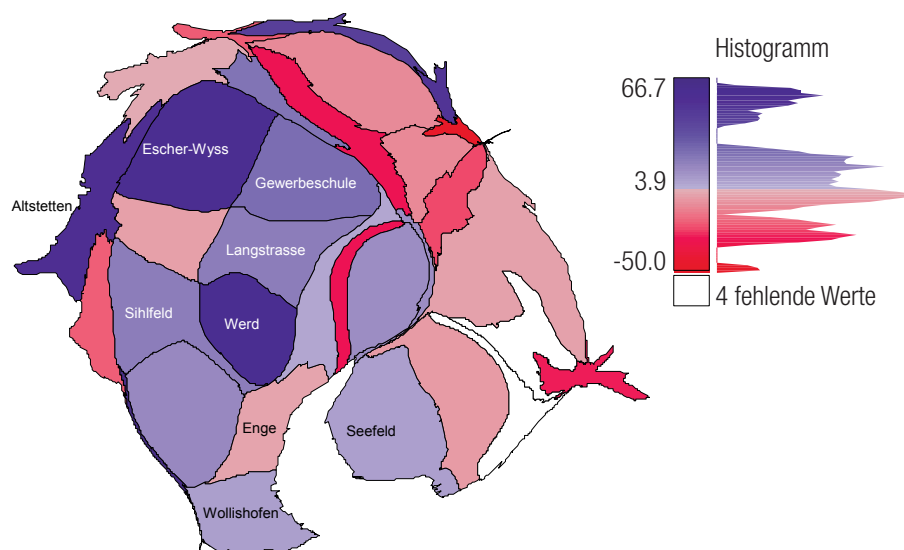
10a) Beschäftigte 2005 pro 200 × 200 m



10b) Marktanteilsveränderung: Beschäftigungsanteil der Quartiere an der gesamtstädtischen Architektur 2005 abzüglich des Beschäftigungsanteils 2001, in Prozentpunkten



10c) Prozentuale Beschäftigungsveränderung 2001-2005, Quartiergrösse proportional zur Zahl der Branchenbeschäftigten



Architektur

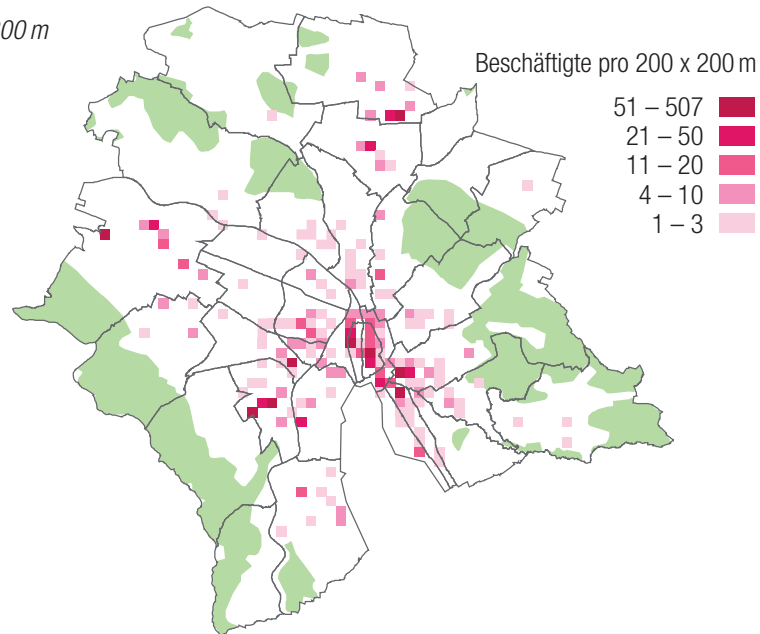
Mit über viertausend Beschäftigten gehört die Architektur zu den grossen Teilmärkten der Kreativwirtschaft und verteilt sich über alle Quartiere, wobei in Wohnquartieren wie Friesenberg und Saatlen kaum Architekten vertreten sind. Grössere Konzentrationen finden sich rechts der Limmat in Hottingen, Seefeld, Mühlebach, Niederdorf und Oerlikon. Links der Limmat sind es die Quartiere Escher-Wyss, Gewerbeschule, Langstrasse, Werd und Alt-Wiedikon, in denen sich Architekturbüros konzentrieren. Das Quartier mit den grössten Beschäftigtenzahlen in der Architektur ist Hottingen.

Die Beschäftigung in der Architektur hat zwischen 2001 und 2005 zugenommen. Die Zunahme ist aber nicht in allen Quartieren erfolgt. Am augenscheinlichsten ist der Wandel im traditionell freiberuflichen Quartier Hottingen. Hier hat die Beschäftigung zwischen 2001 und 2005 abgenommen. Aber auch die Quartiere Unter- und Oberstrass, Fluntern und Hirslanden haben Beschäftigung eingebüsst. Im Seefeld, dem anderen traditionell freiberuflichen Quartier, hat es eine kleine Zunahme gegeben. Das stärkste Wachstum hat jedoch im Escher-Wyss-Quartier stattgefunden (vgl. Karten 10b und 10c). Ausserdem sind auch die ehemaligen Arbeiterviertel Gewerbeschule, Langstrasse, Werd und Sihlfeld gewachsen, ebenso Alt-Wiedikon und Altstetten. Die grössten Marktanteilszunahmen verzeichneten die Quartiere Altstetten, Escher-Wyss und Werd. Absolut gesehen haben Altstetten, Escher-Wyss und Werd stark zugelegt, Hottingen hat auf vergleichsweise hohem Niveau etwas verloren.

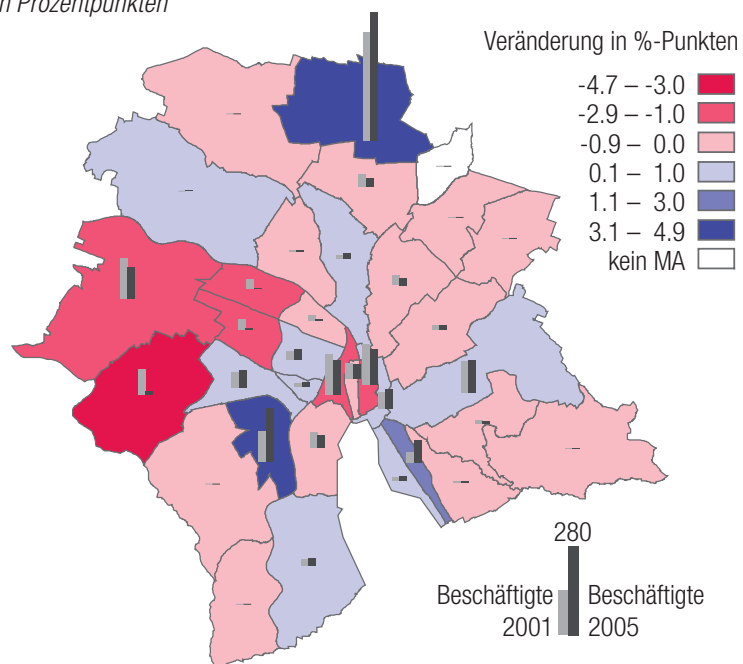
Insgesamt ist im Teilmarkt Architektur eine Verschiebung der Aktivitäten von den Quartieren rechts der Limmat zu jenen links der Limmat festzustellen. Räume der Kreativwirtschaft sind im Escher-Wyss-Quartier, in Altstetten und in der Binz entstanden. Sowohl die Ansprüche der Architekten und Architektinnen als auch die der Kunden an die Adresse der Büros und damit die Umgebung haben sich im Lauf der Zeit gewandelt. Der Wandel drückt sich in der Verschiebung der Nachfrage von Werten wie Seriosität, Bewährtes, Zuverlässiges hin zu Werten wie Trendiness, Experimentierfreude und freche Formensprache aus. Entsprechend diesen Werten hat eine Verlagerung der Unternehmen von den Quartieren rechts der Limmat (vor allem Hottingen und Mühlebach) nach jenen links der Limmat stattgefunden.

Karten 11a - 11c: Buchmarkt

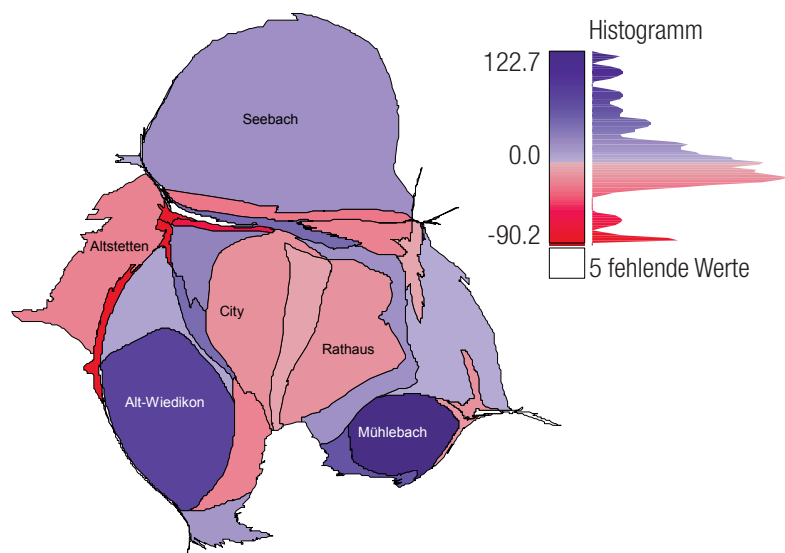
11a) Beschäftigte 2005 pro 200 x 200 m



11b) Marktanteilsveränderung: Beschäftigungsanteil der Quartiere am gesamtstädtischen Buchmarkt 2005 abzüglich des Beschäftigungsanteils 2001, in Prozentpunkten



11c) Prozentuale Beschäftigungsveränderung 2001-2005, Quartiergrösse proportional zur Zahl der Branchenbeschäftigten



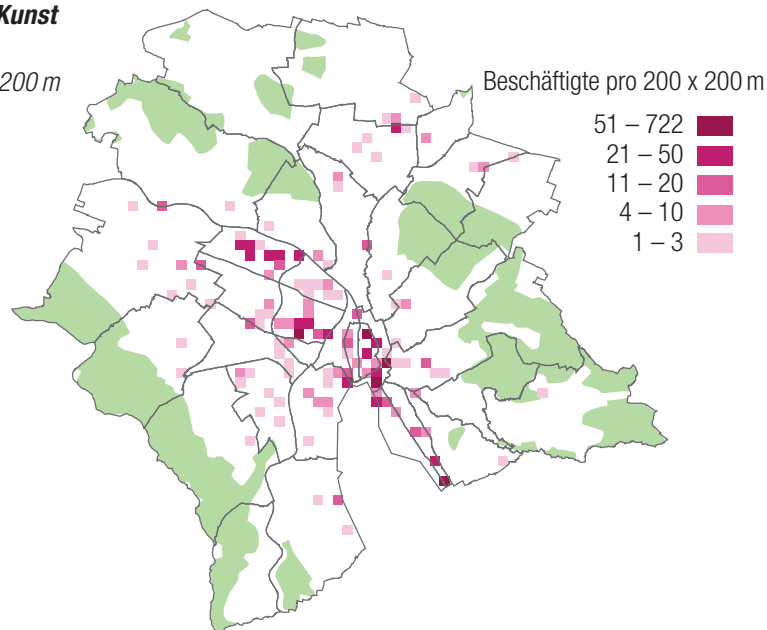
Buchmarkt

Der Teilmarkt Buch beschäftigt über zweitausend Personen. Davon sind über die Hälfte bei Verlagen tätig, ein Viertel im Detailhandel mit Büchern und der Rest in Buchbindereien sowie als Journalistinnen und Journalisten. Der Detailhandel mit Büchern konzentriert sich auf zentrale Lagen, wie dies allgemein für den Detailhandel gilt. Starke Konzentrationen finden sich in der Innenstadt (City, Lindenhof, Rathaus) sowie in den Subzentren Oerlikon und Altstetten. Anders verhält es sich mit Verlagen und mit selbstständigen Journalistinnen und Journalisten. Diese verteilen sich eher auf kreative Quartiere wie Seefeld, Gewerbeschule und Langstrasse, wovon letztere auch über günstigere Mieten verfügen, was für die Unternehmen im hart umkämpften Buchmarkt wichtig ist.

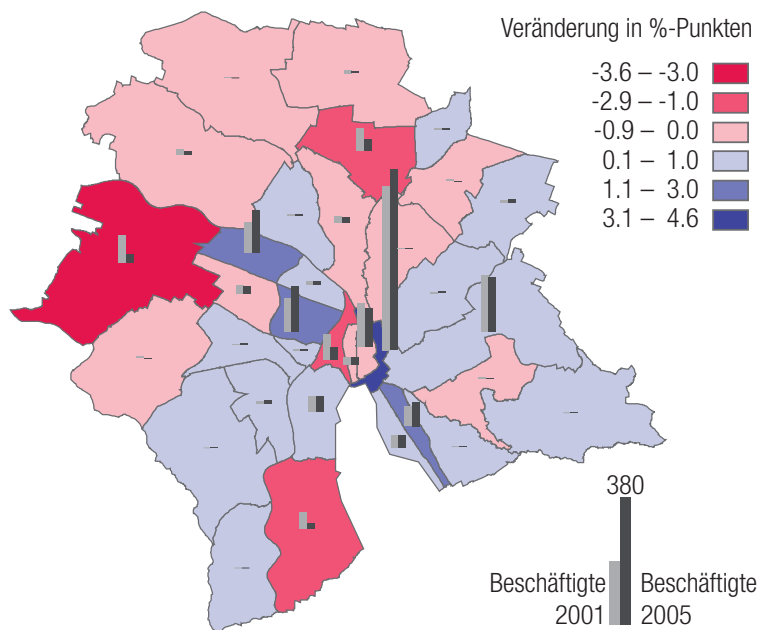
Neuere Hotspots finden sich im Gebiet Binz, wohin einige Verlage gezogen sind. Der Umzug einer grossen Bibliothek von Albisrieden in die Binz (Alt-Wiedikon) macht sich sowohl in den absoluten Zahlen als auch in den Marktanteilsveränderungen zwischen 2001 und 2005 bemerkbar. Weitere Zunahmen im Teilmarkt Buch sind in den Quartieren Mühlebach, Seebach und Hochschulen festzustellen, während Altstetten, Escher-Wyss, City und Rathaus Verluste verzeichneten.

Karten 12a - 12c: Darstellende Kunst

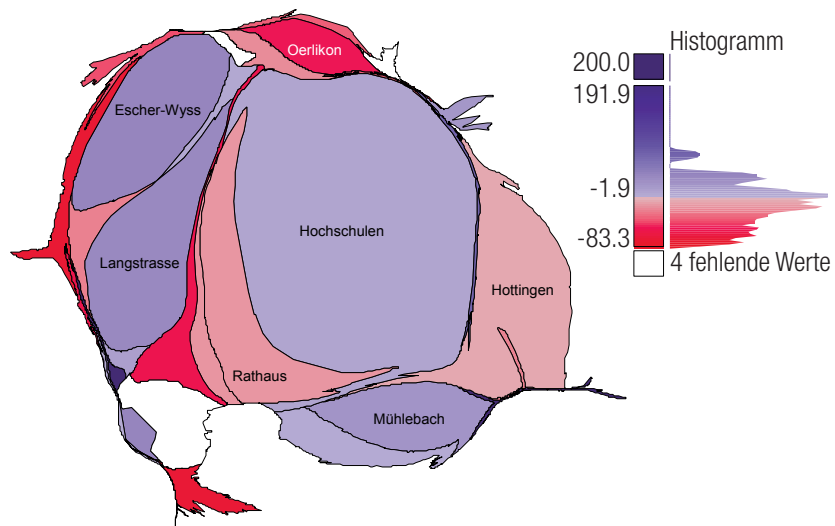
12a) Beschäftigte 2005 pro 200 × 200 m



12b) Marktanteilsveränderung: Beschäftigungsanteil der Quartiere am gesamtstädtischen Markt für darstellende Kunst 2005 abzüglich des Beschäftigungsanteils 2001, in Prozentpunkten



12c) Prozentuale Beschäftigungsveränderung 2001–2005, Quartiergrösse proportional zur Zahl der Branchenbeschäftigten



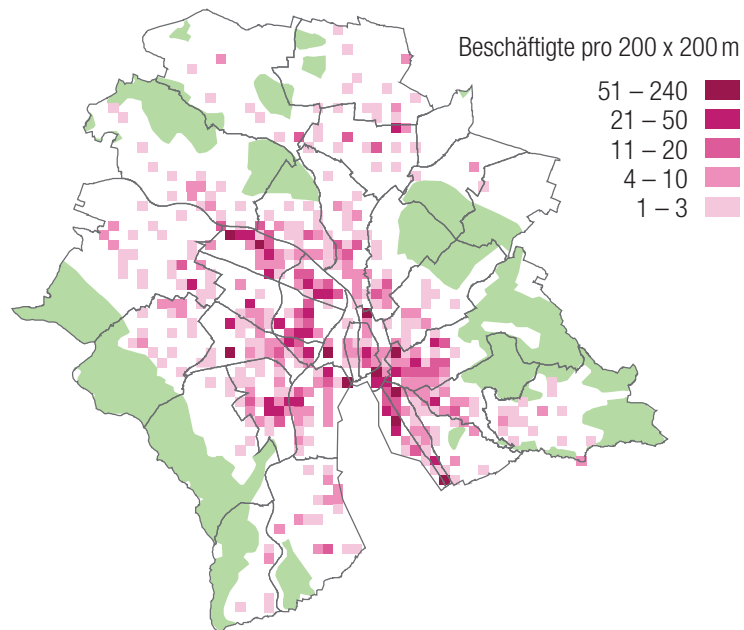
Darstellende Kunst

Unter darstellender Kunst, die rund zweitausend Personen beschäftigt, sind vor allem Institutionen wie Theater, Opern, Schauspielhäuser, Theater- und Ballettgruppen sowie Diskotheken, Dancings und Night Clubs zu verstehen. Hinzu kommen sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens sowie weitere Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen. Oper und Theater machen etwa die Hälfte der Beschäftigung in diesem Teilmarkt aus, die Diskotheken einen Drittel.

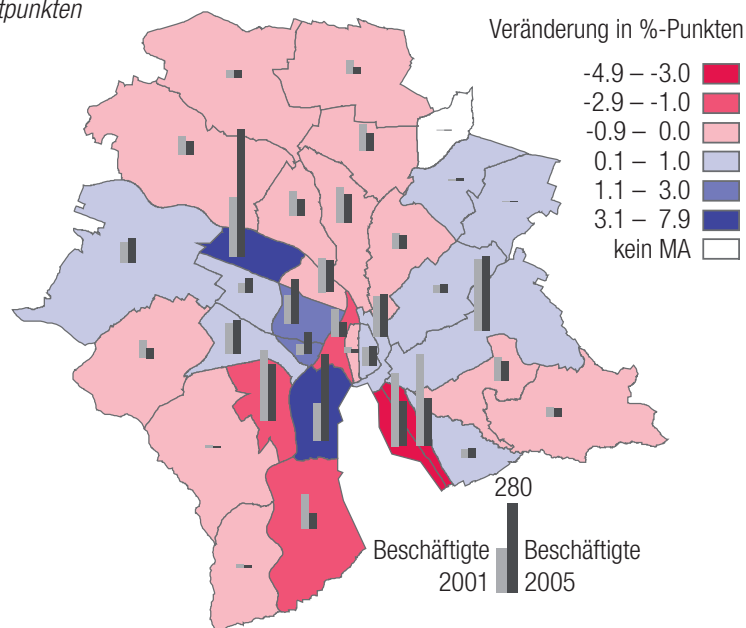
Beschäftigungskonzentrationen finden sich bei den grossen Häusern wie Schauspielhaus (Hottingen), Oper (Hochschulquartier) und Volkshaus (Langstrasse). Verschiedene kleinere Spielstätten und Kleintheater sowie eine Reihe von Night-Clubs sind im Rathausquartier vertreten. Im ehemaligen Industriegebiet des Escher-Wyss-Quartiers finden sich Beschäftigungskonzentrationen aufgrund der Anwesenheit einer grossen Anzahl von Clubs (Diskotheken). Im für die Kreativwirtschaft ebenfalls wichtigen Quartier Gewerbeschule sind die kleinen Unternehmen zu finden, die in diesem Teilmarkt vermittelnd tätig sind. Die stärksten Zunahmen im Marktanteil sind in den Quartieren Langstrasse, Escher-Wyss und Hochschulen festzustellen. Leichte Zunahmen verzeichnen die Quartiere Enge, Seefeld und Mühlebach. In der restlichen Innenstadt gingen hingegen Anteile verloren. Ebenso verzeichneten Oerlikon und Wollishofen Abnahmen. Alle anderen Quartiere besitzen für diesen Teilmarkt geringe oder keine Bedeutung.

Karten 13a - 13c: Design

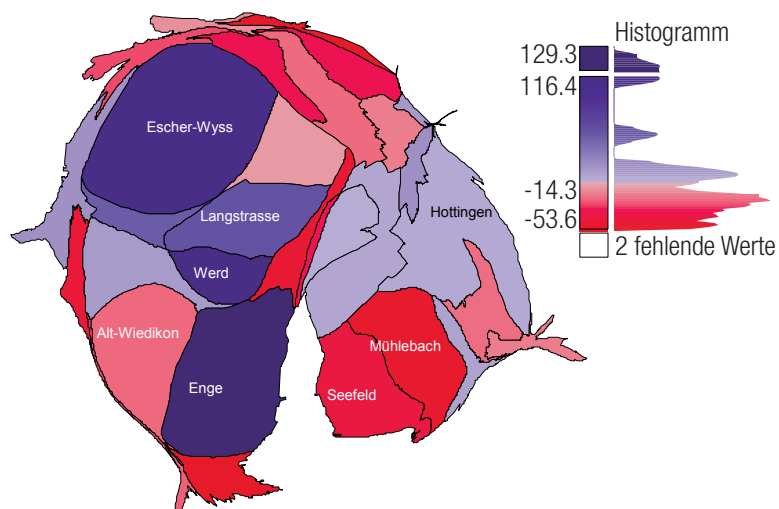
13a) Beschäftigte 2005 pro 200 x 200 m



13b) Marktanteilsveränderung: Beschäftigungsanteil der Quartiere am gesamtstädtischen Designmarkt 2005 abzüglich des Beschäftigungsanteils 2001, in Prozentpunkten



13c) Prozentuale Beschäftigungsveränderung 2001–2005, Quartiergrösse proportional zur Zahl der Branchenbeschäftigten



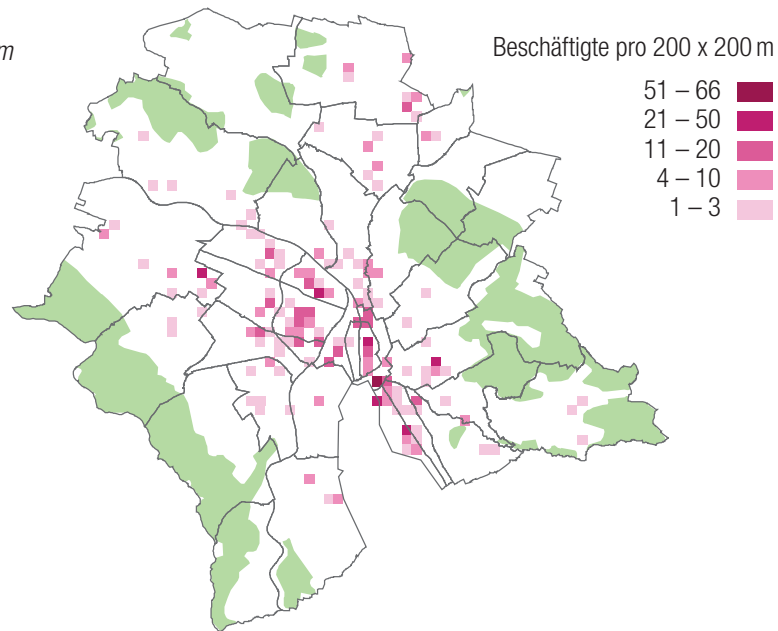
Design

Der Designmarkt beschäftigt knapp viertausend Personen. Über die Hälfte davon sind in Unternehmen der Werbeberatung tätig. Produkt- und Grafikdesign bilden mit fast einem Viertel der Beschäftigten die zweitgrösste Gruppe. Den Rest teilen sich das Ausstellungs- und Messewesen und die Fotoateliers.

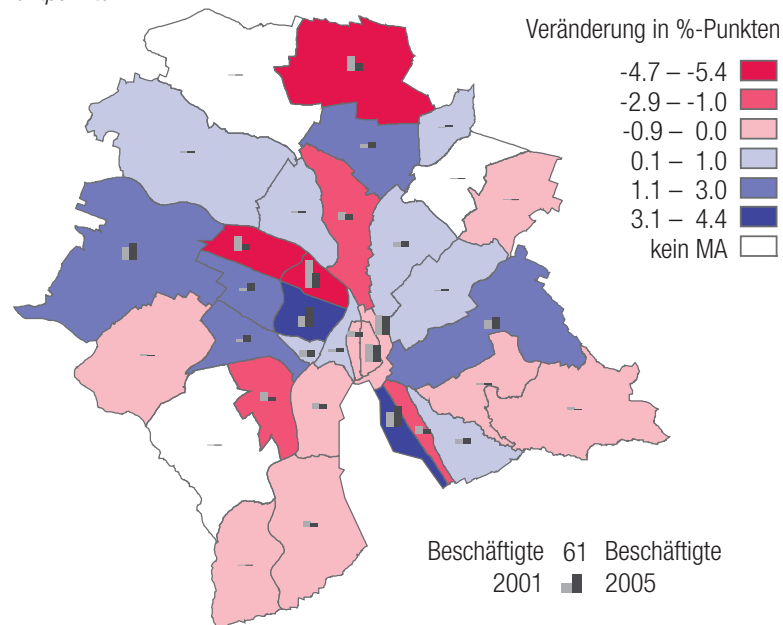
Die wichtigsten Quartiere der Designbranche sind das Seefeld und Mühlebach, die Enge, Hottingen, Alt-Wiedikon und Escher-Wyss. In keinem anderen Teilmarkt haben sich in den Quartieren zwischen 2001 und 2005 so einschneidende Veränderungen ergeben wie beim Design. Die seit Jahrzehnten in der Designbranche beliebten Quartiere Seefeld und Mühlebach sind beschäftigungsmässig regelrecht eingebrochen. Da sich die Beschäftigtenzahl in der Branche in der Stadt Zürich insgesamt nicht stark verändert hat, muss davon ausgegangen werden, dass grössere Standortverlagerungen in andere Quartiere stattgefunden haben. Im Wesentlichen betrifft dies die Enge und das Escher-Wyss Quartier, welches schon von 1995 bis 2001 grössere Beschäftigungsgewinne verzeichnete. Dies zeigen sowohl die prozentualen Veränderungen (Karte 13c), als auch die Veränderungen im Marktanteil (Karte 13b).

Karten 14a - 14c: Film

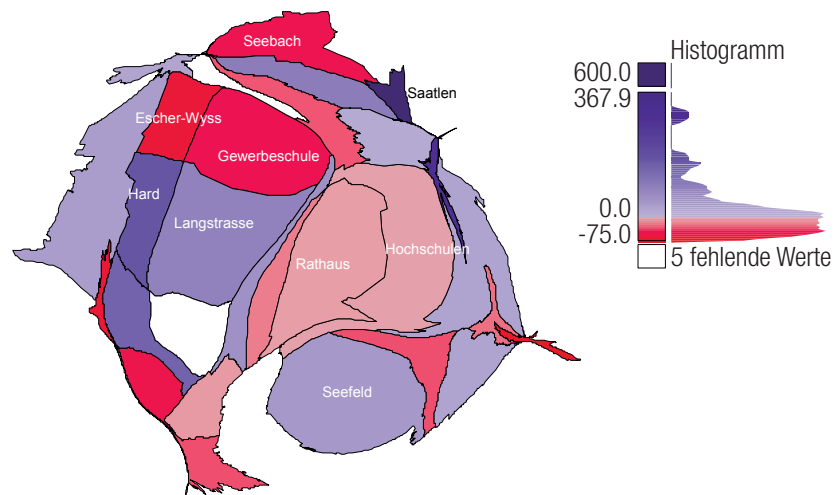
14a) Beschäftigte 2005 pro 200 × 200 m



14b) Marktanteilsveränderung: Beschäftigungsanteil der Quartiere am gesamtstädtischen Filmmarkt 2005 abzüglich des Beschäftigungsanteils 2001, in Prozentpunkten



14c) Prozentuale Beschäftigungsveränderung 2001–2005, Quartiergrösse proportional zur Zahl der Branchenbeschäftigten



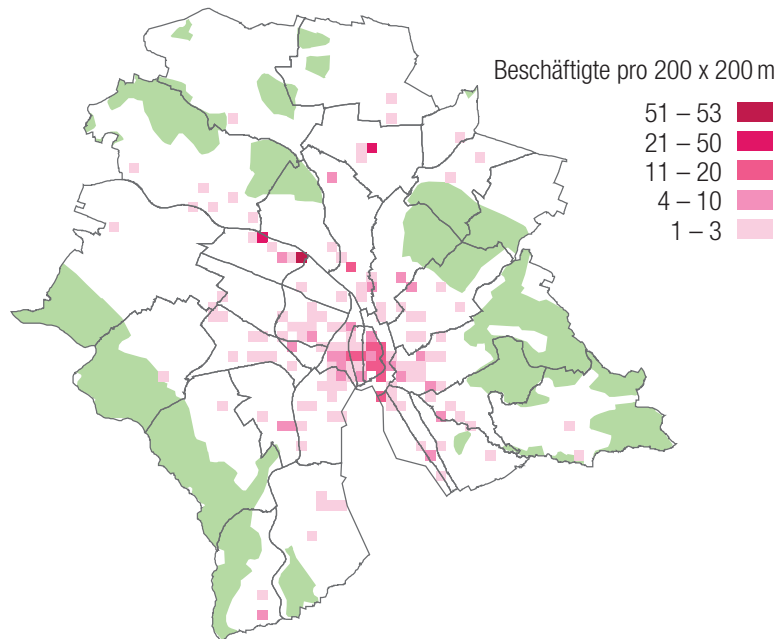
Film

Der Teilmarkt Film setzt sich einerseits aus der Produktion von Filmen mit rund fünfhundert Beschäftigten, andererseits aus den Anbietern von Filmen wie Verleih und Kinos zusammen. Die Standortfaktoren von Herstellern und Anbietern sind unterschiedlicher Natur. Die Kinos sind eher an Zentrumsanlagen, die Verleiher dagegen auch in Wohnquartieren präsent. Die Hersteller von Filmen, TV-Programmen und Videos finden sich in der Nähe von Werbe-, Design- und Soundunternehmen im Seefeld, in Aussersihl und neu auch in Altstetten (vgl. auch Grafik 1).

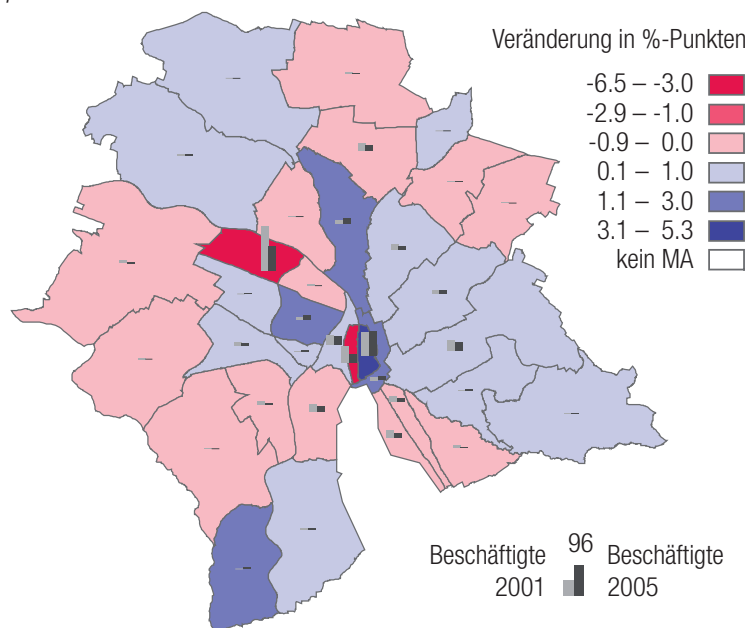
Der Teilmarkt Film ist sehr kleinstrukturiert. Stärkere Konzentrationen zeigen sich im Seefeld, in der Altstadt, in Unter-/Oberstrass, in Altstetten sowie in den Quartieren der Kreise 4 und 5. Von den im Teilmarkt Film stark vertretenen Quartieren haben Altstetten, das Seefeld und das Langstrassenquartier zwischen 2001 und 2005 deutlich Marktanteile gewonnen, Gewerbeschule und Escher-Wyss im Kreis 5 haben hingegen verloren (Karte 14b).

Karten 15a - 15c: Kunst

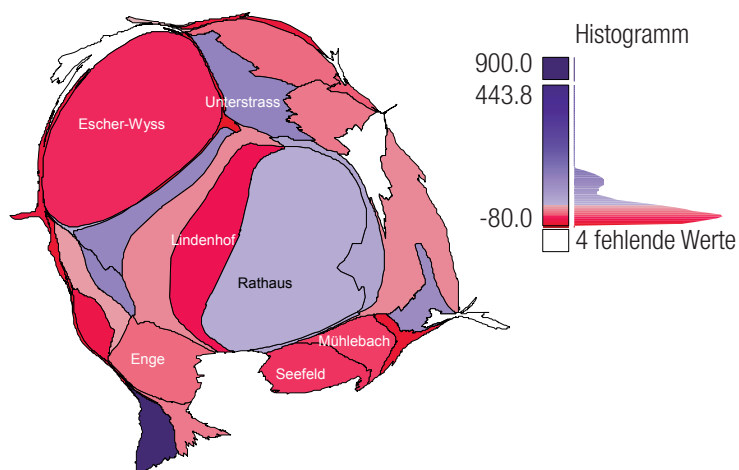
15a) Beschäftigte 2005 pro 200 x 200 m



15b) Marktanteilsveränderung: Beschäftigungsanteil der Quartiere am gesamtstädtischen Kunstmarkt 2005 abzüglich des Beschäftigungsanteils 2001, in Prozentpunkten



15c) Prozentuale Beschäftigungsveränderung 2001–2005, Quartiergrösse proportional zur Zahl der Branchenbeschäftigten

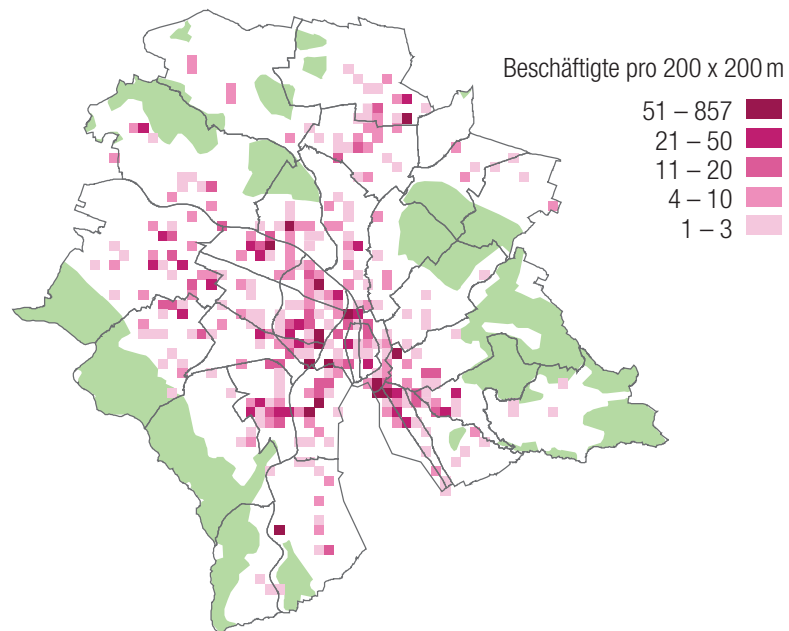


Kunst

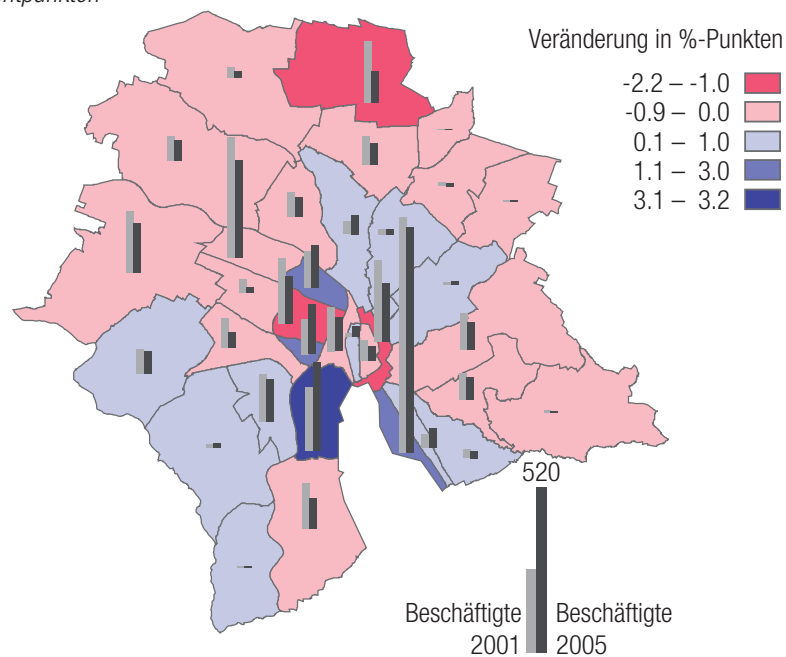
Der kleine Teilmarkt Kunst mit knapp sechshundert Beschäftigten besteht zur Hälfte aus dem Kunsthandel, zu einem Drittel aus dem Detailhandel mit Antiquitäten, sowie aus den selbständigen bildenden Künstlerinnen und Künstlern. Die räumlichen Muster dieser Teilbranche sind nicht ganz einfach interpretierbar. Zum einen finden sich Konzentrationen von Antiquitäten- und Kunsthandel in den innerstädtischen Quartieren. Zum anderen siedeln sich Galerien immer mehr auch in anderen Quartieren, zunehmend auch im Langstrassenquartier an. Kleinere Antiquitätenhändler sind in fast allen Quartieren zu finden. Die Marktanteilsveränderungen sind vor allem in drei Quartieren bemerkenswert. Einerseits zeigen sich stärkere Zunahmen im Quartier Rathaus, wo der Teilmarkt traditionell vertreten ist. Demgegenüber hatte das Quartier Escher-Wyss grössere Abnahmen zu gewärtigen (Karten 15b und 15c). Andererseits wird das Langstrassenquartier zunehmend zu einem Quartier, in dem sich die Präsenz von Künstlerinnen und Künstlern bemerkbar macht und sich immer mehr Galerien ansiedeln.

Karten 16a - 16c: Presse

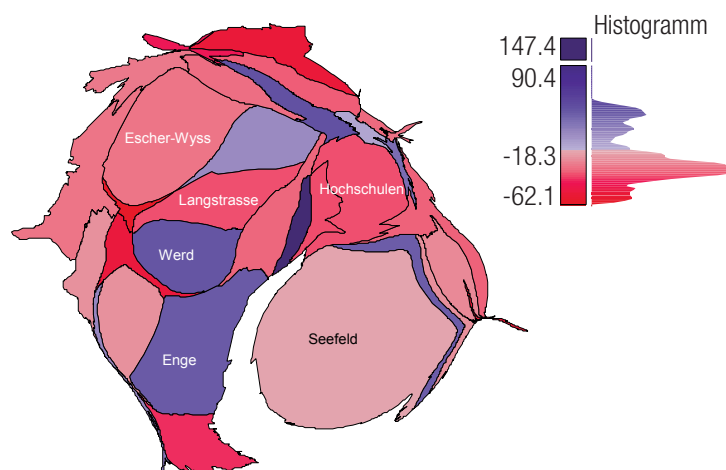
16a) Beschäftigte 2005 pro 200 x 200 m



16b) Marktanteilsveränderung: Beschäftigungsanteil der Quartiere am gesamtstädtischen Pressemarkt 2005 abzüglich des Beschäftigungsanteils 2001, in Prozentpunkten



16c) Prozentuale Beschäftigungsveränderung 2001–2005, Quartiergrösse proportional zur Zahl der Branchenbeschäftigten

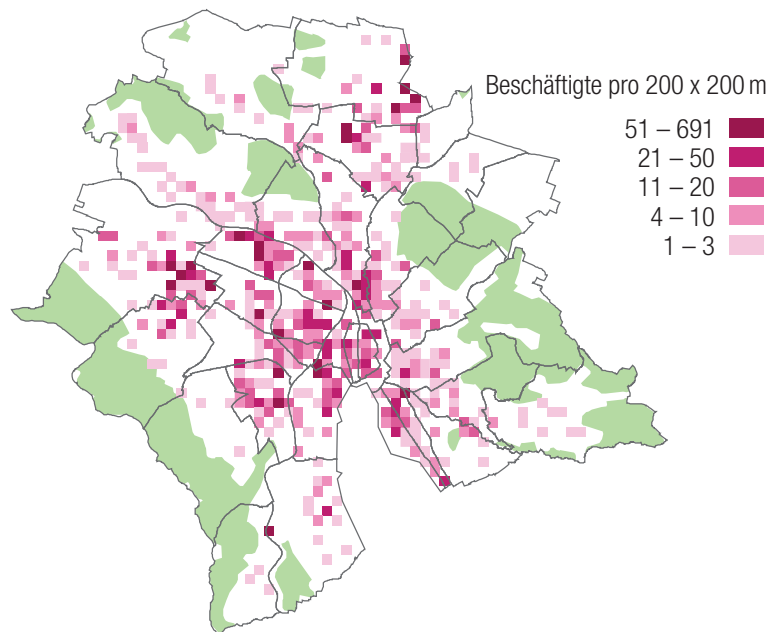


Presse

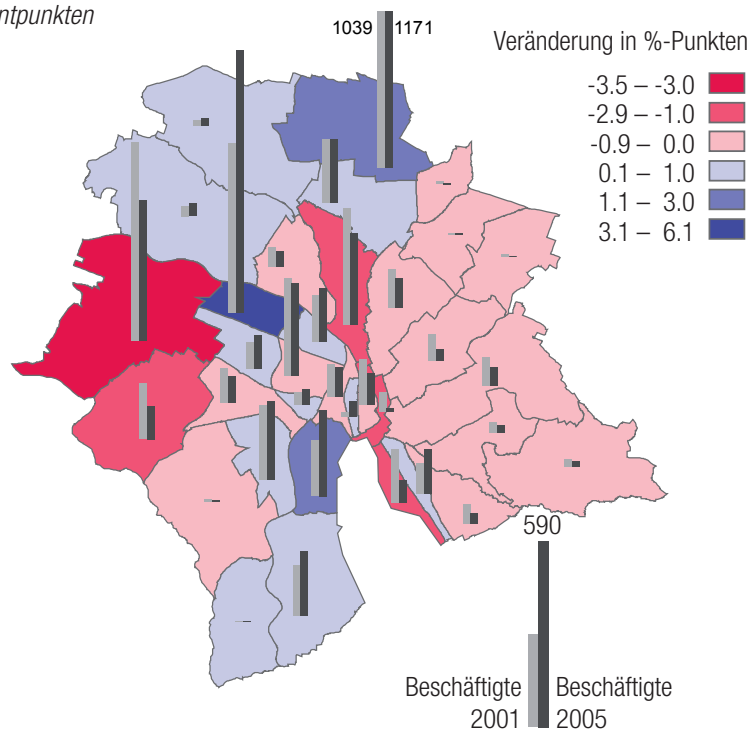
Der Pressemarkt wird dominiert von den grossen Zeitungs- und Zeitschriftenverlagshäusern sowie von den Druckereien. Die beiden grossen Tageszeitungen haben ihre Sitze im Seefeld und im Werdquartier. Weitere grössere Verlage befinden sich im Escher-Wyss-Quartier. Eine Konzentration von kleineren Betrieben, in der Regel aus Übersetzungsbüros und Verlagen bestehend, zeigt sich sowohl im Seefeld- und Mühlebachquartier als auch im Langstrassenquartier (Karte 16a). Bedeutendere Zunahmen sind in der Enge und im Werdquartier zu verzeichnen. Auch das Gewerbeschulquartier hat zugelegt. Auf der anderen Seite fanden in den Quartieren Hochschulen, Altstetten und Seebach teilweise gewichtige Abnahmen statt.

Karten 17a - 17c: Software/Games

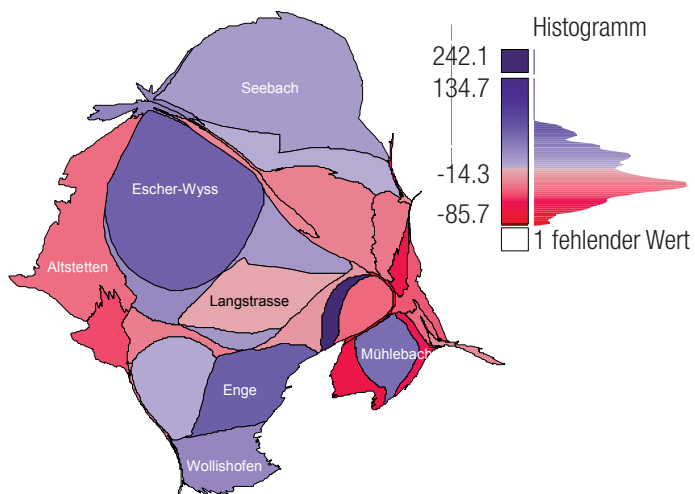
17a) Beschäftigte 2005 pro 200 x 200 m



17b) Marktanteilsveränderung: Beschäftigungsanteil der Quartiere am gesamstädtischen Softwaremarkt 2005 abzüglich des Beschäftigungsanteils 2001, in Prozentpunkten



17c) Prozentuale Beschäftigungsveränderung 2001–2005, Quartiergrösse proportional zur Zahl der Branchenbeschäftigten



Software / Games

Die Software- und Games-Industrie ist mit fast siebentausend Beschäftigten der grösste Teilmarkt der Kreativwirtschaft in der Stadt Zürich. Da er bezüglich Produkten und Dienstleistungen viel heterogener ist als der Titel besagt, ist er in Bezug auf die räumliche Verteilung auch schwieriger zu beurteilen als andere Teilmärkte.

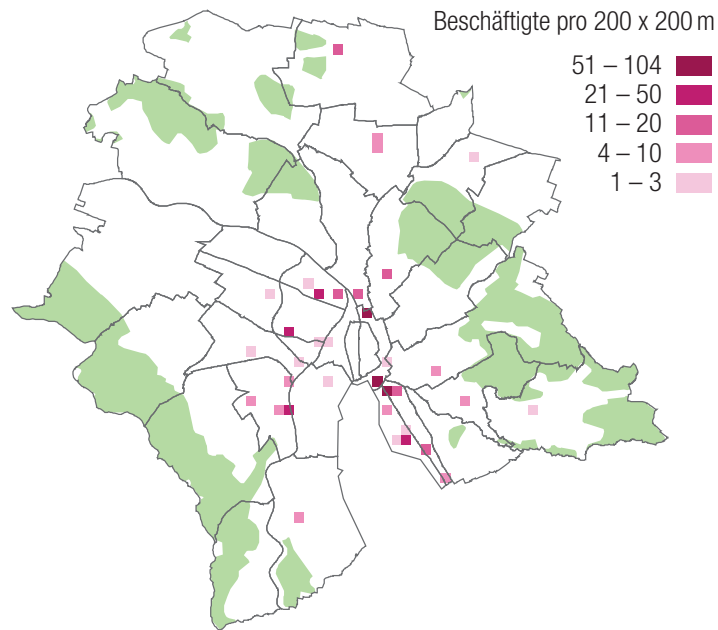
Es gibt Bereiche der Software-Industrie, wie z.B. die Entwicklung von Games, welche die Umgebung von Trendquartieren aufsuchen, weil dies ihrem Selbstverständnis als Teil einer hochgradig innovativen und auch kreativen Wirtschaft entspricht. Zudem spielt das Raumangebot eine nicht zu unterschätzende Rolle. So zeigt sich das Escher-Wyss-Quartier, zusammen mit Seebach, als das beschäftigungsstärkste Quartier. Es bietet ein breites Set von Standortfaktoren, wie gute Erreichbarkeit, kreative Umgebung etc. Es hat zwischen 2001 und 2005 ein starkes Wachstum erlebt und Altstetten überholt. Zusammen mit Seebach sind im Escher-Wyss-Quartier die grössten Marktanteilsgewinne zu verzeichnen.

Die hohen Anteile Kreativbeschäftigter in Seebach müssen im Zusammenhang mit der Bedeutung des mittleren Glattals für die Software- und Computerindustrie gesehen werden. Diese Region hat sich seit den 1980er Jahren zu einem wichtigen Standort für die Branche entwickelt, was mit den Faktoren Bodenpreis, Raumangebot, Branchen- und Flughafennähe erklärt werden kann. Neben Seebach und Escher-Wyss ist Altstetten das dritte wichtige Standbein der Software- und Computerindustrie. Altstetten hat zwischen 2001 und 2005 allerdings in diesem Teilmarkt starke Einbussen in der Beschäftigung erlebt.

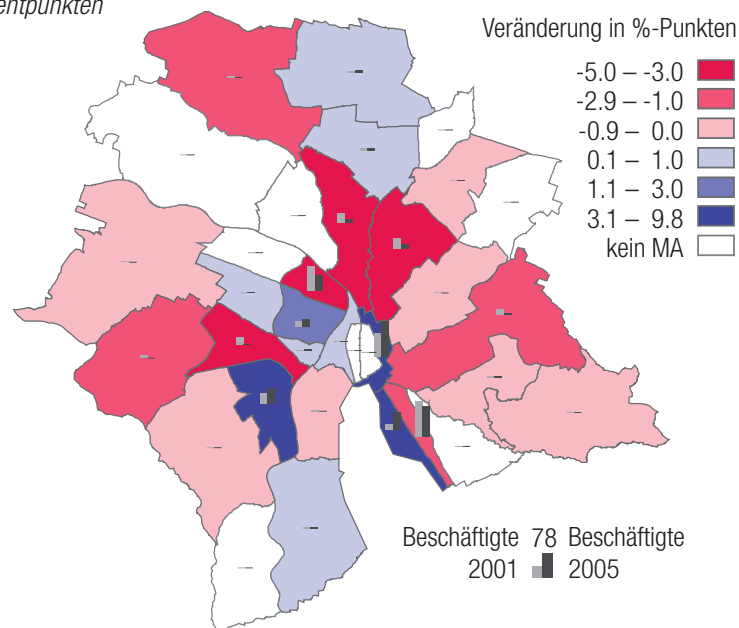
³ Die Werbeberatung wird nicht einberechnet, diese zählt zum Teilmarkt Design. Werbeberatung umfasst neben der Beratung auch die Gestaltung von Werbung sowie die Planung und Durchführung von Werbekampagnen. Werbevermittlung hingegen umfasst die Tätigkeiten von Inseratebüros, das Bereitstellen von Werbeflächen, das Anbringen von Werbung in Schaufenstern, den Plakatanschlag und die Verteilung und Zustellung von Werbematerial.

Karten 18a - 18c: Werbung

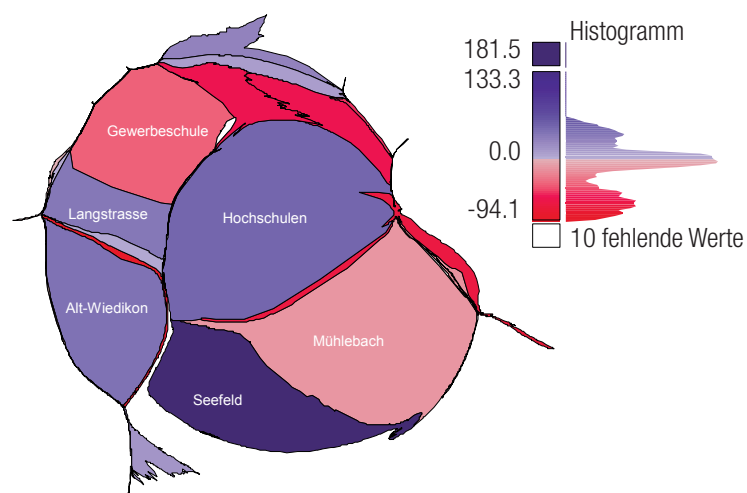
18a) Beschäftigte 2005 pro 200 x 200 m



18b) Marktanteilsveränderung: Beschäftigungsanteil der Quartiere am gesamtstädtischen Werbemarkt 2005 abzüglich des Beschäftigungsanteils 2001, in Prozentpunkten



18c) Prozentuale Beschäftigungsveränderung 2001–2005, Quartiergrösse proportional zur Zahl der Branchenbeschäftigten



Werbung

Der Teilmarkt Werbung verfügt über wenige grosse Betriebe, tendenziell in der Innenstadt, im Seefeld und in der Enge. Er beschäftigt etwas über sechshundert Personen.³ Wie Karte 18a zeigt, tendiert die Werbung zu zentralen Lagen. Sie konzentriert sich hauptsächlich in einem Umkreis von rund zwei Kilometern um den Hauptbahnhof. Ausnahmen bilden das Seefeld, wo die Unternehmen bis zum Tiefenbrunnen ihre Standorte haben, und Alt-Wiedikon, wo sich etliche Unternehmen der Werbebranche in der Binz niedergelassen haben. Es sind auch diese beiden Quartiere, zusammen mit dem Hochschul- und dem Langstrassenquartier, die beschäftigungsmässig zugelegt haben (Karte 18c).

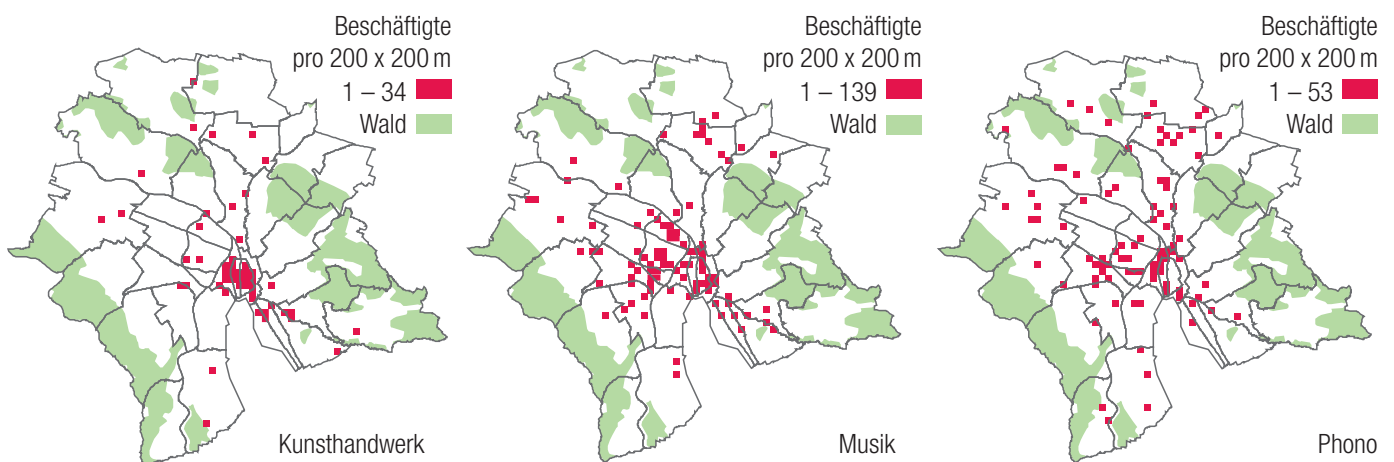
Kunsth Handwerk, Musik und Phono

Die Teilmärkte Kunsthandwerk, Musik und Phono – letzterer hauptsächlich aus dem Detailhandel mit Unterhaltungselektronik bestehend – werden nur bezüglich Verteilung und Konzentration dargestellt. Das Kunsthandwerk mit seinen rund 240 Beschäftigten konzentriert sich sehr stark in der Innenstadt, den Quartieren City, Lindenhof und Rathaus. Der Teilmarkt Kunsthandwerk ist sehr klein und besteht aus der Herstellung von Schmuck-, Gold-, und Silberschmiedwaren. Die Herstellung von keramischen Erzeugnissen und die Bearbeitung von Edel- und Schmucksteinen fallen bezüglich Beschäftigung nicht ins Gewicht.

Auch die Musik gehört zu den kleineren Teilmärkten der Kreativwirtschaft. Das räumliche Muster des Teilmarktes Musik ist geprägt von den grossen Institutionen wie Tonhalle oder Konservatorium und den Musikhäusern am Limmatquai und Pfauen. Im äusseren Gürtel der Stadt ist der Teilmarkt kaum präsent. Da der Teilmarkt Phono, in Beschäftigungszahlen gesprochen, fast ausschliesslich aus dem Detailhandel mit Radio- und TV-Geräten besteht, zeigen sich starke Konzentrationen in der City und dort insbesondere links und rechts der Bahnhofstrasse. Die Badenerstrasse und die Birmensdorferstrasse sind weitere typische Standorte von Radio- und TV-Geschäften. Ansonsten verteilt sich der Detailhandel auf die verschiedenen Quartiere und die Subzentren Altstetten und Oerlikon.

Karte 19: Beschäftigung in den Märkten Kunsthandwerk, Musik und Phono

Stadt Zürich 2005, Beschäftigte pro 200 x 200 m



5. Eine «Kreativ-Landkarte» für die Stadt Zürich

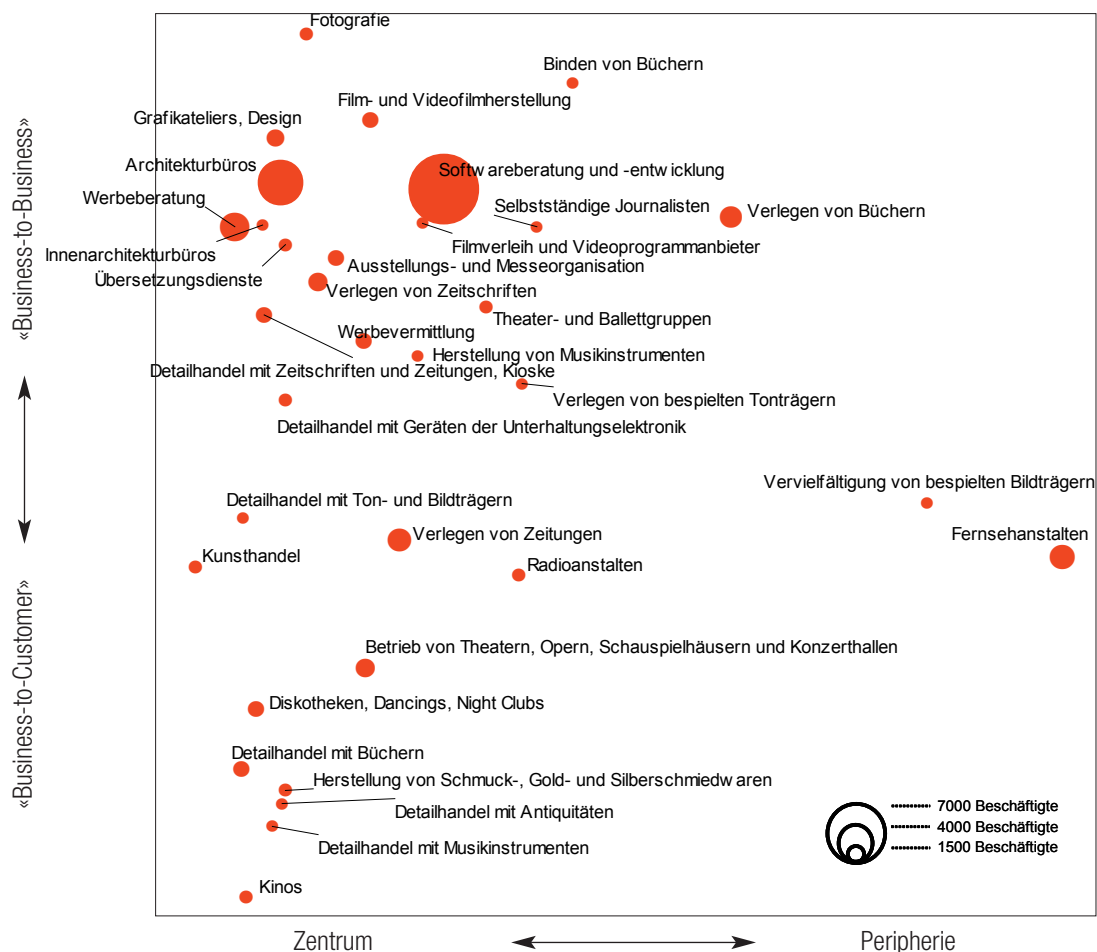
Die Teilmärkte der Kreativwirtschaft weisen teilweise stark abweichende räumliche Schwerpunkte auf. Wie sind diese Schwerpunkte verteilt? Gibt es mit anderen Worten räumliche Klumpen von verschiedenen Kreativ-Teilmärkten, sogenannte Branchencluster? Diese Frage nach den Mustern in der Verteilung der Teilmärkte lässt sich mittels eines zweistufigen statistischen Verfahrens ansatzweise beantworten. Dazu ist zunächst eine Präzisierung der Teilmärkte vorzunehmen.

Die Teilmärkte setzen sich in den meisten Fällen aus mehreren Branchen zusammen (vgl. auch Anhang). Im Teilmarkt Architektur beispielsweise werden Architekturbüros, Innenarchitekten und Landschaftsplaner vereint. Das bedeutet, dass auf der Aggregationsebene der Teilmärkte gewisse Informationen verlorengehen. Aus diesem Grund werden im Folgenden nicht die Teilmärkte analysiert, sondern mit den Wirtschaftsabteilungen die detailliertesten in der Betriebszählung erhobenen Branchenstufen; um beim obigen Beispiel zu bleiben also die Architekturbüros, die Innenarchitekten und die Landschaftsplaner. Mit dieser Feingliederung werden die Nuancen der Branchenstrukturen und kleinräumigen Verteilungen besser fassbar. Konkret geht es also darum, die räumliche Nähe dieser Branchen zueinander aufzuzeigen. Sind Architekten und Innenarchitekten in denselben Quartieren stark vertreten? Vieles – und vor allem vergleichbare Nachfragekonstellationen der Kunden – spricht ja für ein einigermaßen symbiotisches Verhältnis dieser Branchen zueinander. In Clustern ergeben sich Netzwerkvorteile, und die räumliche Nähe äussert sich in einem dichten Informationsnetz, das optimalerweise zu Wettbewerbsvorteilen genützt werden kann.

Grafik 1: «Kreativ-Landkarte» der Stadt Zürich

Multidimensionale Skalierung auf Basis eines Dissimilaritätsindexes.

Die Grösse der Branchen ist proportional zur Zahl der Beschäftigten in den Branchen



4 Vgl. Duncan und Duncan 1955. Der Dissimilaritätsindex berechnet sich mit der Formel:

$$ID = \frac{1}{2} \sum |x_i - y_i|$$

ID nimmt Werte zwischen 0 und 100 an. Werte zwischen 0 und 30 können als minimale Segregation interpretiert werden, resp., unter anderem Vorzeichen, als Aggregation. Werte zwischen 30 und 50 weisen auf eine Segregation hin und Werte über 50 bezeichnen eine deutliche Segregation. Im einen Extremfall, wenn der Index den Wert 0 annimmt, wären zwei Branchen genau gleich über das Stadtgebiet verteilt. Sie wären vollkommen aggregiert. Im anderen Extremfall, wenn der Index den Wert 100 annimmt, ist das Gegenteil der Fall: Es gibt kein Quartier, in dem die beiden miteinander verglichenen Teilmärkte gleichzeitig vorkommen. Diese beiden Branchen wären vollkommen segregiert. Während der erste Extremfall in unseren Daten nie vorkommt, gibt es doch für einige Branchenkombinationen, in der Regel von kleineren Branchen, vollkommene Segregation. Ein Beispiel: Der Dissimilaritätsindex ergibt für die zwei Branchen «Architektur» und «Bearbeitung von Edel- und Schmucksteinen» einen Indexwert von 89. Das bedeutet, dass diese beiden Branchen in den Stadtvierteln Quartieren eher selten gemeinsam auftauchen; mit anderen Worten sind sie relativ ungleich über die Quartiere verteilt.

5 Dies geschieht mittels multidimensionaler Skalierung. Das Ziel dieses Verfahrens besteht darin, die Branchen in einem zweidimensionalen Raum so anzuordnen, dass die Distanzen zwischen ihnen möglichst genau den Distanzen im «realen Raum» entsprechen. Berechnet wurden die Koordinaten mit der Routine cmdscale in R 2.6.0.

Zur Beschreibung der räumlichen Verteilung wird ein Dissimilaritätsindex gewählt. Ein solcher Index gibt in unserem Kontext Aufschluss darüber, ob Branchen räumlich klumpen – also in gleichen Quartieren auftreten. Konkret bedeutet dies, dass in einer Branchenmatrix für alle möglichen Branchenkombinationen ein Segregationsindex geschätzt wird.⁴ Die so gewonnenen Informationen werden mittels eines statistischen Dimensionsreduktionsverfahrens in einen zweidimensionalen Raum umgerechnet. Diese Umrechnung gestattet die grafische Darstellung der räumlichen Distanzen zwischen den Branchen. Je näher die Branchen in Grafik 1 beieinander liegen, desto ähnlicher ist auch ihre reale Verteilung in den Stadtzürcher Quartieren. Die Grafik liest sich demnach ähnlich wie eine Landkarte, nur dass die Distanzen keinen realen Entfernungen entsprechen, sondern die Ähnlichkeit der räumlichen Verteilung wiedergeben.

Insgesamt zeigt sich, dass die Stadtzürcher «Kreativ-Landschaft» eine dreipolige Struktur aufweist. Sie wird durch die Extrempole Fotografie, Kinos und Fernsehanstalten aufgespannt. Die inhaltliche Bedeutung dieser Pole zeigt sich anhand der Achsenbeschriftungen. Auf der vertikalen Achse stehen sich Branchen gegenüber, die einerseits auf direkten Kundenzugang angewiesen sind (Business-to-Customer) und andererseits Branchen, in denen schwerpunktmässig andere Unternehmen beliefert werden (Business-to-Business). Zur ersten Kategorie zählen Kinos, Betriebe des Unterhaltungssektors wie Dancings und Night Clubs oder Detaillisten aus den Bereichen Kunsthandwerk und Antiquitäten. Diese Betriebstypen, die in der Regel im Konsumgüterbereich tätig sind, weisen eine vergleichsweise hohe Kundenexposition auf; häufig handelt es sich um Parterregeschäfte mit direktem Zugang zu den Verkaufsräumen, beispielsweise die «Lädli» in der Altstadt. Das gerade in den Fussgängerzonen vergleichsweise dichte Distributionsnetz solcher Verkaufs- und häufig auch Produktionsstätten (etwa im Kunsthandwerksbereich) bietet den Kunden Synergieeffekte. So können bei einem Altstadtbummel mehrere Einkaufsbedürfnisse mit geringem Mobilitätsaufwand auf einen Schlag befriedigt werden. In diesem Sinne weniger exponiert, wenn auch oft zentrumsnah angesiedelt, sind Grafik- und Designateliers, Architekturbüros, Softwareentwickler oder Buchbindereien, die in erster Linie im Auftrag anderer Unternehmen arbeiten. Oft geht es bei diesen Betriebstypen um Investitionsgüter und die Nähe zur Laufkundschaft spielt deshalb eine weniger wichtige Rolle.

Auf der horizontalen Achse stehen sich peripher angesiedelte Branchen und solche mit Schwerpunkten im Stadtzentrum gegenüber. Die eher peripheren Branchen haben gemeinsam, dass ihnen in der Regel vergleichsweise grosse, viel Raum beanspruchende Betriebe angehören. Dazu zählen Verlage und die Fernsehanstalt am Leutschenbach. Auf der anderen Seite finden sich kleingewerblich organisierte Branchen, etwa der Kunst- oder der Buchhandel, tendenziell im Zentrum. Architekturbüros und Innenarchitekten, dies zeigt die Karte ebenfalls, haben in der Tat ähnliche geographische Schwerpunkte. Die beiden Branchen sind auf der Landkarte recht nahe beieinander. Die direkte Erreichbarkeit spielt bei beiden eine weniger wichtige Rolle, da der Kundenkontakt in der Regel ausser Haus stattfindet.⁶

6. Fokusgebiete

Verschiedene Gebiete in der Stadt Zürich sind sowohl aus Sicht der Kreativwirtschaft als auch aus der Sicht der Stadtentwicklung interessant. Zu solchen Gebieten gehören ehemalige Industrieareale und die sogenannten Trendquartiere wie Langstrasse und Gewerbeschule. Der Fokus wird im Folgenden auf drei Gebiete gerichtet:

Fokusgebiet Binz: Unter dem Fokus Binz in Alt-Wiedikon werden die Gebiete Binz und Giesshübel zusammengefasst. Die Binz ist eine ehemalige Lehmgrube, die der Ziegelherstellung diente. Hier siedelten sich in den vergangenen Jahrzehnten kleinere Industrie- und Gewerbebetriebe an, später auch grosse Dienstleistungsunternehmen der Versicherungs- und Telekommunikationsbranche. Mit dem Wachstum der Kreativwirtschaft haben in der Binz auch die Kreativunternehmen Einzug gehalten. Es handelt sich um ein typisches Umstrukturierungsgebiet mit niedriger Zentralität. Auch das angrenzende Giesshübelquartier wird einbezogen, da sich hier ähnliche Prozesse abspielen.

Fokusgebiet Langstrasse: Dieser Fokus umfasst die Quartiere Langstrasse, Werd (beide Kreis 4) und Gewerbeschule (Kreis 5). Dieses Fokusgebiet ist geprägt von hohen Anteilen an Migrantinnen und Migranten an der Wohnbevölkerung, vom Sexgewerbe und zum Teil vom Drogenmilieu. Es sind auch Quartiere, in denen sich seit längerem Szenen der Kreativwirtschaft gebildet haben. Sie sind attraktiv für Künstlerinnen und Künstler verschiedenster Ausrichtung. In den letzten Jahren haben sich hier immer mehr Galerien und Kunsträume angesiedelt.

Fokusgebiet Maagareal: Dieses Areal liegt in Zürich-West und wird seit den frühen 1990er Jahren von mehreren Dutzend Firmen zwischengenutzt. Darunter befindet sich seit den Anfängen eine grössere Anzahl von Betrieben der Kreativwirtschaft. Die Pläne für das Maagareal liegen vor. Es wird teilweise umgebaut, und neue Gebäude werden entstehen, darunter das höchste Gebäude der Schweiz, dessen Räumlichkeiten an Dienstleistungsunternehmen verschiedenster Branchen vermietet werden sollen.

Fokus Binz

In der Binz ist ein interessanter Branchenmix angesiedelt, der von den neueren Branchen der Wissensökonomie bis zu den traditionellen Gewerbebetrieben reicht. Kaum vertreten ist hingegen das Gastgewerbe. Die Kreativwirtschaft ist mit folgenden Teilmärkten überdurchschnittlich präsent: Architektur, Buch, Design, Presse und Software. Die Binz ist teilweise zu einem Ausweichstandort für Betriebe geworden, für welche die Rahmenbedingungen in anderen Stadtteilen, z.B. wegen steigender Mieten, schlechter geworden sind. Die

⁶ Die Landschaftsplaner sind in dieser Darstellung nicht berücksichtigt.

Binz zeichnet sich (noch) durch moderate Mietpreise und grosse, für viele Unternehmen der Kreativwirtschaft geeignete Räumlichkeiten aus. Bereits sind aber auch etabliertere Unternehmen zugezogen, für welche das Gebiet zuvor nicht als gute Adresse galt. Dies wird sich auf die eher avantgardistische Kreativszene auswirken.

2005 waren zwölf Prozent der rund tausend Beschäftigten im Gebiet Binz und Giesshübel in der Kreativwirtschaft tätig, deutlich mehr als im städtischen Durchschnitt (neun Prozent). Zwischen 2001 und 2005 hat die Beschäftigung in der Kreativwirtschaft in der Binz um fünf Prozent zugenommen. Der grösste Teil des Wachstums geht allerdings auf den Zuzug einer grossen Bibliothek (Teilmarkt Buch) zurück. Leichte Zunahmen finden sich in der Architektur, in der darstellenden Kunst, Software und Werbung. Die Teilmärkte Film, Design, Presse und Kunst haben hingegen zusammen rund hundert Beschäftigte verloren.

Der Wegzug der Designbranche (-20 %) sowie von Film und Kunst lassen aufmerken. Die Designbranche ist in der Untersuchungsperiode zwar generell etwas eingebrochen; aber im Langstrassenquartier hat es eine grössere Zunahme von 36 Prozent gegeben. Möglich ist, dass milieusensitive Unternehmen von der Binz an die Langstrasse gezogen sind, da die Erwartungen an die Umgebung und die Vernetzung nicht erfüllt wurden und der Zuzug etablierter Unternehmen die Szenequalität vermindert hat. Es gibt auch Unternehmen, insbesondere Startups, die auf Mietzinserhöhungen sehr sensibel reagieren. In den Gebieten Binz und Giesshübel sind nur bedingt Entwicklungspotenziale für die Kreativwirtschaft vorhanden. Die Einbettung in die umliegenden Quartiere ist kaum gegeben, so dass kreative Milieus sich nur beschränkt entfalten können. Ausser einigen Betriebskantinen fehlen gastronomische Angebote weitgehend. Das Raumangebot ist beschränkt und es gibt kaum Leerstand, so dass weitere Zuzüge nicht zu erwarten sind.

Fokus Langstrasse

Die Dichte an Arbeitsstätten und Beschäftigten links und rechts der Langstrasse ist sowohl im Kreis 4 (Quartiere Werd und Langstrasse) als auch im Kreis 5 (Quartier Gewerbeschule) gross und erreicht fast die Werte des Seefelds und des Rathausquartiers. Etliche Branchen der Kreativwirtschaft wie Design, Architektur, Buch und Presse sind in den Quartieren Langstrasse und Gewerbeschule seit Jahrzehnten anwesend. Seit den 1990er Jahren haben in diesen Quartieren neue Entwicklungen stattgefunden. Mit der Kulturalisierung der Ökonomie haben sich neue Unternehmen mit neuer Formsprache und veränderten Absatzmärkten herausgebildet (vgl. Klaus 2006). Viele Avantgarde-Unternehmen sind in diesen Quartieren domiziliert. Insbesondere hat sich der Teilmarkt Kunst im Langstrassenquartier weiterentwickelt, im Gewerbeschulequartier blieb er auf gleichem Niveau.

Die beiden Quartiere haben sich zwischen 2001 und 2005 unterschiedlich entwickelt. Im Langstrassenquartier können Beschäftigungszunahmen in den Teilmärkten Architektur, Design, Film, Buch, Kunst, Musik und Werbung festgestellt werden, während im Gewerbeschulequartier hauptsächlich die Architektur und die Presse gewachsen sind. Bei etlichen Teilmärkten verlagerten sich die Quartierpräferenzen. Neben Vernetzungs- und Imagefragen sind die Verfügbarkeit und die Miethöhe Schlüsselfaktoren des Standortentscheides. So haben sich im Kreis 5 bereits die ersten Wegzüge von Kreativbetrieben aufgrund gestiegener Mietzinsen ergeben. Das Image des Quartiers als Ort der Kreativität ist aber immer noch intakt. Das Langstrassenquartier wird sich unter der Voraussetzung, dass die Mieten für Wohn- und Arbeitsraum nicht steigen werden, als Kreativquartier weiterentwickeln können. Die kreativen Potenziale sind gross, werden aber über kurz oder lang an räumliche Grenzen stossen.

Fokus Maagareal

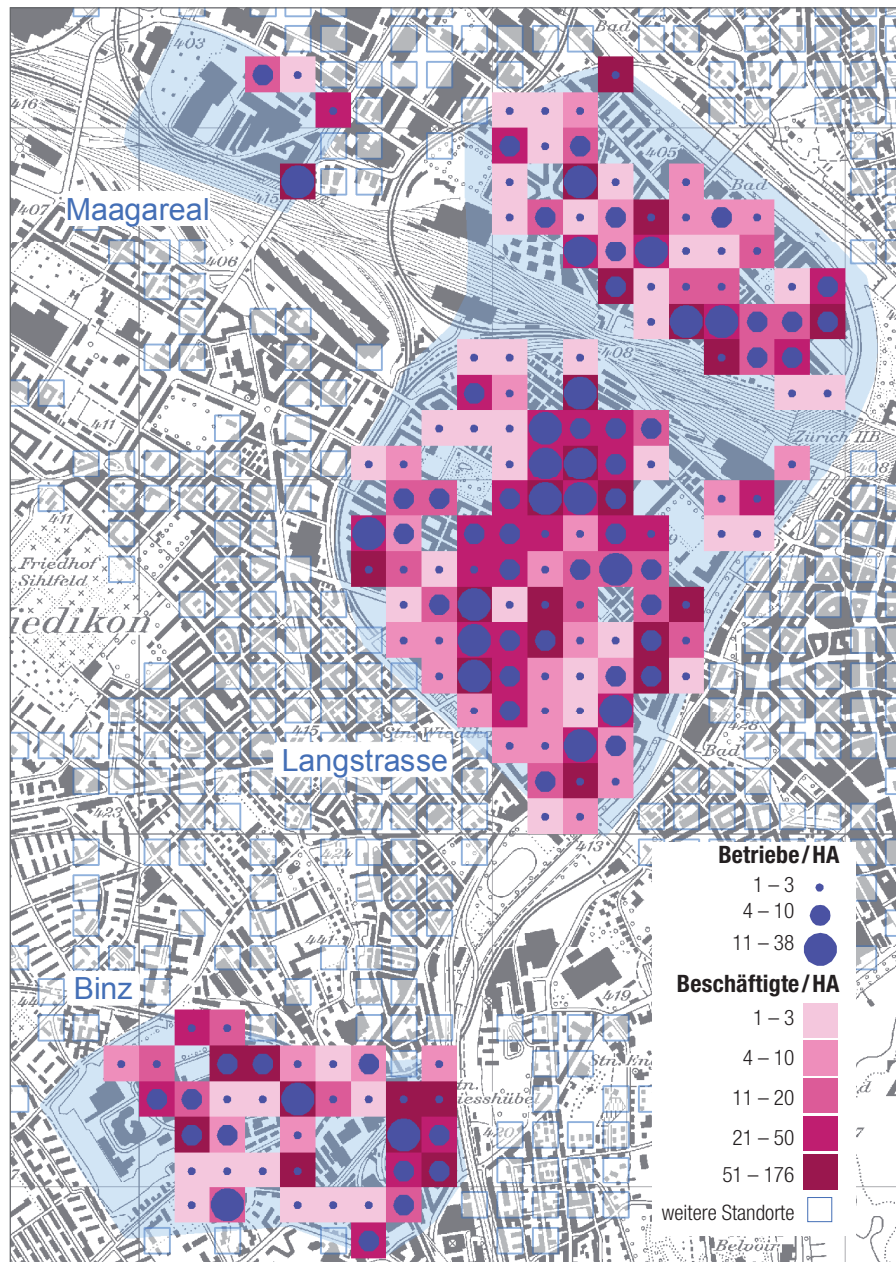
Im Jahre 2005 waren auf dem Maagareal 240 Personen in der Kreativwirtschaft beschäftigt. Davon waren knapp zwei Drittel in rund zwanzig Architekturbüros tätig. Neben den Architekten waren Designerinnen und Designer sowie der Softwaremarkt mit jeweils rund vierzig Beschäftigten anwesend. Die restlichen Beschäftigten verteilten sich auf eine Musikhalle (darstellende Kunst) sowie auf einen Musik- und zwei Filmbetriebe. Das bedeutet, dass sich auf dem Maagareal ein Architektur- und ein Design-Cluster gebildet hat, ergänzt von Softwareunternehmen. Die Standortbedingungen auf dem Maagareal sind für Unternehmen der Kreativwirtschaft sehr gut. Sowohl die Erreichbarkeit durch den öffentlichen Verkehr als auch durch den Individualverkehr ist exzellent. Das Image von Zürich-West wirkt sich hier als Mehrwert aus. Die Umgebung ist geprägt vom Nacht- und Kulturleben. Damit sind die Rahmenbedingungen zur Rekrutierung qualifizierter Arbeitskräfte gut. Etliche Unternehmen haben sich im Verlauf der letzten fünfzehn Jahre auf dem Maag-Areal etablieren können. Die Mehrheit dieser Unternehmen wird aber aufgrund von Mietzinserhöhungen nach dem Um- und Neubau vermutlich zum Wegzug gezwungen sein. Für die szenennahe Avantgarde der Kreativwirtschaft wird die Entwicklung des Areals auch von einer Imagebeeinträchtigung begleitet sein. Mit einer weiteren Entfaltung der Kreativwirtschaft kann bei steigenden Mieten nicht gerechnet werden. Die etablierteren Unternehmen werden von der neuen «Shiny»-Umgebung profitieren können.

Zur Interpretation der Fokuskarten

Für die drei Fokusgebiete werden im Folgenden wichtige Kreativ-Teilmärkte anhand von Überblickskarten dargestellt. Neben einer Karte zur gesamten Kreativwirtschaft finden sich Darstellungen der Presse, des Designmarktes, der Architektur und der Softwareindustrie. Die Karten sind alle gleich aufgebaut. Zum einen ist anhand der Hektarraster erkennbar, wie viele Beschäftigte auf der Fläche dieser Hektare arbeiten. Je roter der Farbton, desto mehr Beschäftigte. Zusätzlich verweist der blaue Kreis innerhalb der einzelnen Hektare auf die Zahl der ansässigen Betriebe. Je grösser der Kreis, desto mehr Betriebe sind dort domiziliert. Die Kombination von Beschäftigungs- und Betriebsdichte macht damit auch auf die Grösßenstruktur der Betriebe in den Fokusgebieten aufmerksam.

Karte 20: Kreativwirtschaft in der Binz, im Maagareal und an der Langstrasse

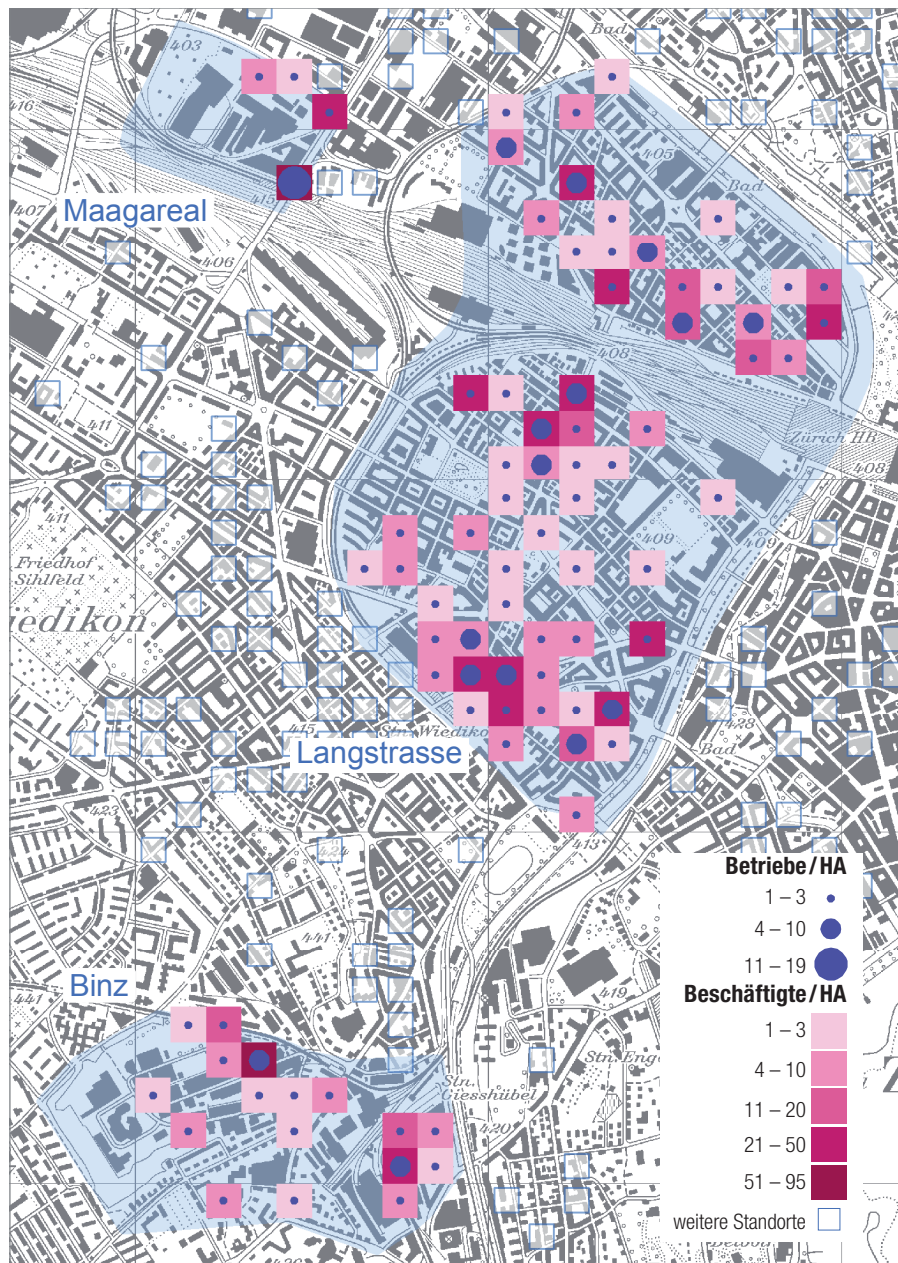
2005, Beschäftigte (Quadrate) und Betriebe (Kreise) pro ha



Karte: Statistisches Amt des Kantons Zürich; reproduziert mit Bewilligung von swisstopo (BA081286)

Karte 21: Architektur in der Binz, im Maagareal und an der Langstrasse

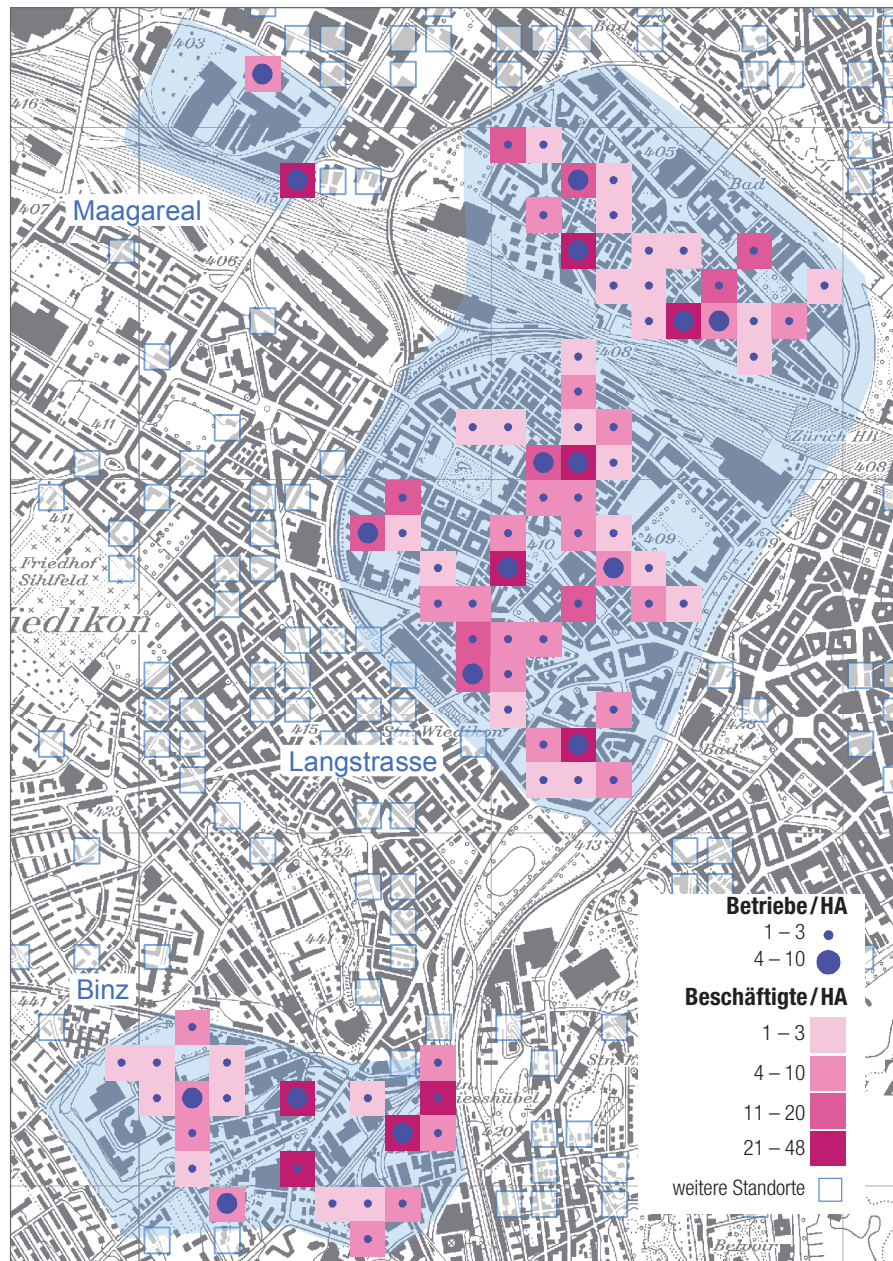
2005, Beschäftigte (Quadrate) und Betriebe (Kreise) pro ha



Karte: Statistisches Amt des Kantons Zürich; reproduziert mit Bewilligung von swisstopo (BA081286)

Karte 22: Design in der Binz, im Maagareal und an der Langstrasse

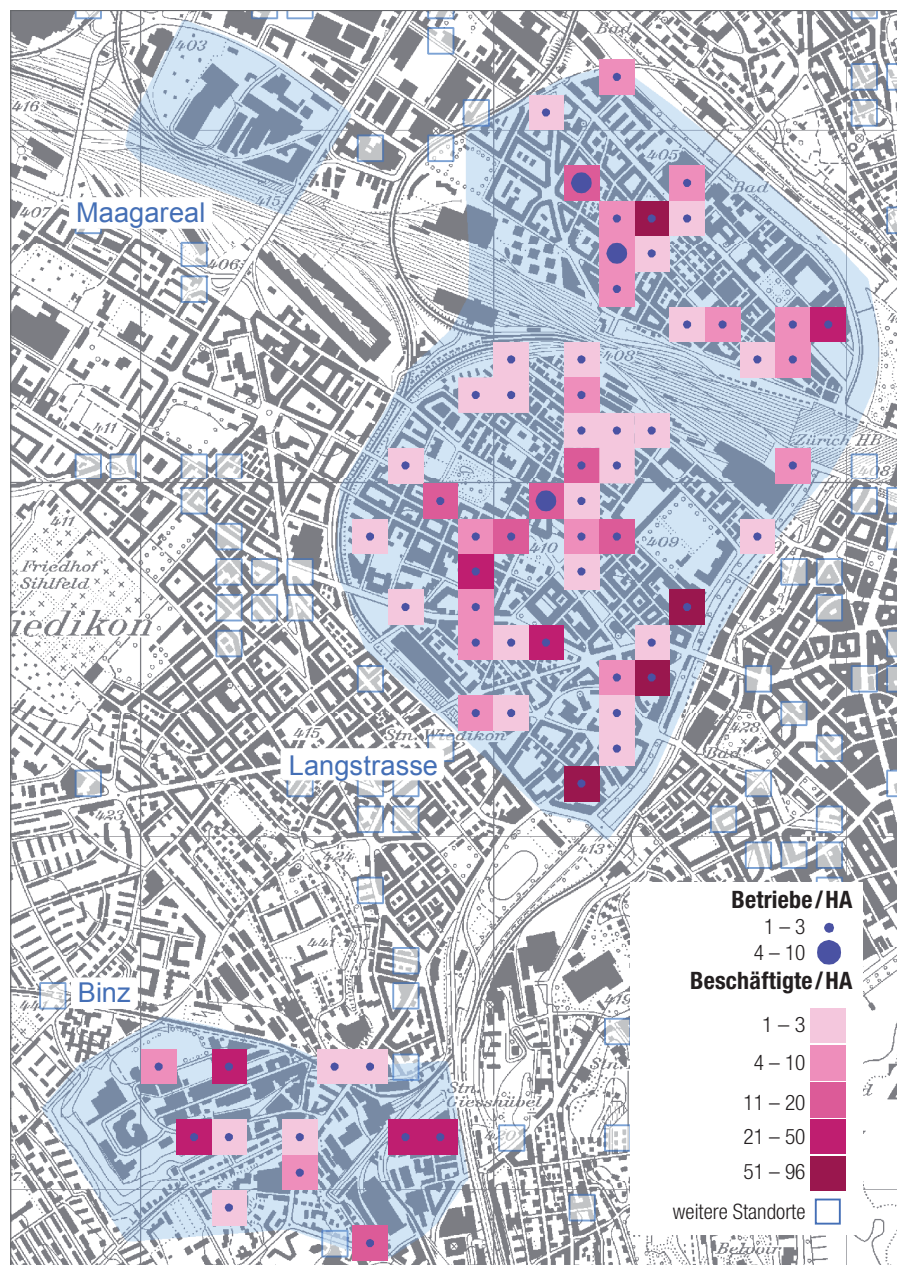
2005, Beschäftigte (Quadrate) und Betriebe (Kreise) pro ha



Karte: Statistisches Amt des Kantons Zürich; reproduziert mit Bewilligung von swisstopo (BA081286)

Karte 23: Presse in der Binz, im Maagareal und an der Langstrasse

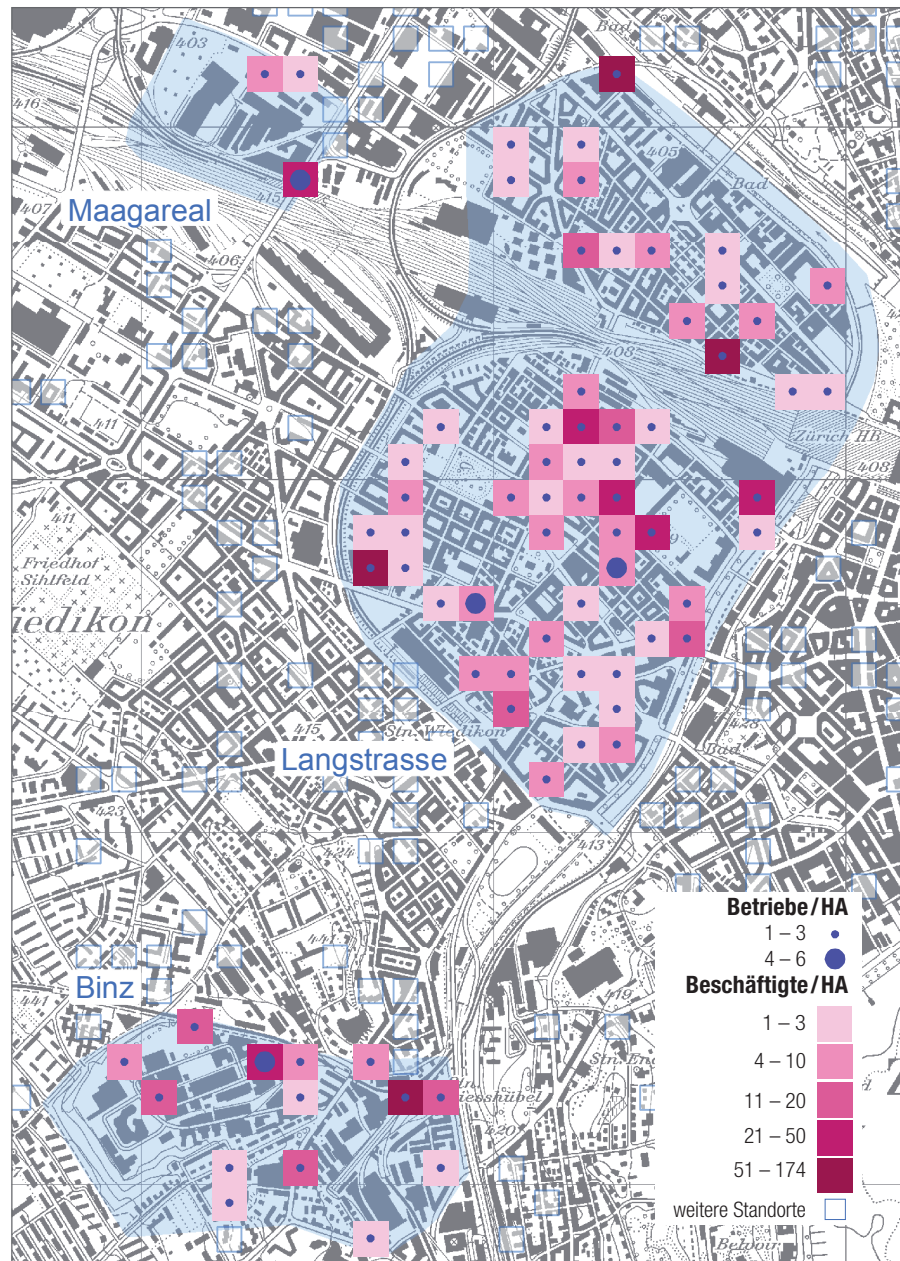
2005, Beschäftigte (Quadrate) und Betriebe (Kreise) pro ha



Karte: Statistisches Amt des Kantons Zürich; reproduziert mit Bewilligung von swisstopo (BA081286)

Karte 24: Software in der Binz, im Maagareal und an der Langstrasse

2005, Beschäftigte (Quadrate) und Betriebe (Kreise) pro ha



Karte: Statistisches Amt des Kantons Zürich; reproduziert mit Bewilligung von swisstopo (BA081286)

7. Kommentar / Schlusswort

Die Kreativwirtschaft in der Stadt Zürich hat nach Jahren des Wachstums zwischen 2001 und 2005 rund fünf Prozent der Beschäftigten verloren. Zu den Teilmärkten mit Verlusten gehören auch Design und Presse. Die Kreativwirtschaft insgesamt verteilt sich ungleich über die Stadtzürcher Quartiere. Dies gilt auch für die Arbeitsplatzquartiere, und selbstredend ist sie kaum vertreten in Wohnquartieren wie Friesenberg, Leimbach oder Hirzenbach. Die meisten Kreativwirtschafts-Beschäftigten sind in Seebach tätig. Der Grund dafür sind der Teilmarkt Rundfunk (rund 1600 Beschäftigte) mit dem Fernsehen sowie eine beträchtliche Anzahl von Unternehmen der Software-Industrie. Rund um das Schweizer Fernsehen hat sich in Leutschenbach in den vergangenen Jahrzehnten kein Filmproduktions-Cluster entwickelt. Der Standort in Stadtrandlage ist für diese Unternehmen zu peripher. Mit rund 2800 Beschäftigten verfügt das Escher-Wyss-Quartier über die zweithöchste Anzahl Beschäftigte in der Kreativwirtschaft. Stark vertreten sind hier u.a. die Teilmärkte Architektur, Design sowie die Software-/Games-Industrie. Das Seefeld ist das drittgrösste Kreativquartier. Mit grossen Verlagshäusern ist hier der Pressemarkt stark vertreten. Das Seefeld muss eigentlich gemeinsam mit dem Quartier Mühlebach betrachtet werden. Hier sind die Teilmärkte Architektur und Design sehr präsent. Neben Seebach (20 %) ist in diesen beiden Quartieren zusammen der Anteil der Kreativ-Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigung mit fast 20 Prozent mit Abstand am höchsten. Es handelt sich um einen Kreativ-Hotspot, der sich durch einen relativ breiten Branchenmix und hohe Anteile an Kernaktivitäten der Kreativwirtschaft auszeichnet.

Hohe Anteile der Kreativwirtschaft finden sich auch in Hottingen und Escher-Wyss (jeweils 15 %) sowie im Rathausquartier (14 %). Aufgrund der Analyse der räumlichen Beschäftigungsstruktur und -veränderungen sind die folgenden Quartiere zu den kreativen Hotspots zu zählen: Seefeld, Mühlebach, Rathaus, Gewerbeschule, Langstrasse und Escher-Wyss. Heider (2007) bezeichnet die ersten drei als etablierte Trendquartiere, die letzten drei als die neuen Trendquartiere. Dies lässt sich auch an den Marktanteilsveränderungen ablesen (vgl. Karte 9), die eine eigentliche Verlagerung der Kreativwirtschaft vom rechten ans linke Limmatufer zeigt. Einzelne Teilmärkte wie Architektur und Design sind für diese Entwicklung typisch. Hottingen, ein Quartier, welches seit vielen Jahrzehnten ein beliebter Standort für Unternehmen dieser Branchen ist, hat seit 1995 Beschäftigte verloren. Neu ist, dass auch die Trendquartiere Seefeld und Mühlebach in der Kreativwirtschaft Beschäftigte verlieren. Und diese Verluste gehen nicht auf den Rückgang im Pressemarkt oder bei grösseren Unternehmen zurück, sondern hängen mit Einbrüchen in den Teilmärkten Design und Kunst sowie, im Seefeld, in der Softwarebranche zusammen.

Die Quartiere Langstrasse und Gewerbeschule, die als Fokusgebiet Langstrasse analysiert wurden, zeichnen sich durch die Präsenz vieler unabhängiger Kreativer in den Bereichen Architektur, Design, Film und Kunst aus. Auch die Off-Szene und andere kreative Aktivitäten, die in der Betriebszählung nicht erfasst werden, sind hier präsent. Das Quartier Langstrasse hat als eines der wenigen Quartiere Beschäftigung in der Kreativwirtschaft gewonnen. Die Standortfaktoren Läden, Atmosphäre, Gastronomie, Clubs etc. sind hier wichtig. Für die Kreativen sind die Kreise 4 und 5 auch Wohnquartier. Leben und Arbeiten spielen sich oft in ein paar Strassenzügen ab. Clubs, Bars, Restaurants, aber auch das Treffen auf der Strasse sind Wirkungsräume der Kreativszene. Wie Heider (2007) festgestellt hat, ist die Erreichbarkeit von Arbeitsorten, Ausgangszielen etc. per Fahrrad ein wesentlicher Standortfaktor und bestimmt den Aktionsradius der Kreativen mit. Das Gewerbeschulequartier ist zum Ausgehviertel für die ganze Agglomeration geworden, zusammen mit dem Escher-Wyss-Quartier. Dank der grossen Anzahl von genossenschaftlichen und kommunalen Wohnbauten mit kostengünstigen Mieten kann sich der internationale Charakter des Quartiers halten. Ebenso ist die Trend- und Ethnogastronomie mehr oder weniger authentisch geblieben.

Alle Teilmärkte der Kreativwirtschaft, ausser der Architektur, haben zwischen 2001 und 2005 an Beschäftigung eingebüsst. Dies ist auch im Zusammenhang mit der generellen wirtschaftlichen Entwicklung zu sehen. Nach den Wachstumsjahren scheint sich eine gewisse Konsolidierung einzustellen. Gemäss der Studie *zone*imaginaire*⁷ ist aber die Nachfrage nach geeigneten Räumen für die Kreativwirtschaft nach wie vor vorhanden. Schlüsselfaktoren sind zahlbare Mieten, Grösse der Räume, Umgebungsqualitäten und vorhandene kreative Milieus. Im Gebiet Binz zeichnet sich ein Trend hin zur Ansiedlung etablierter Unternehmen der Kreativwirtschaft ab. Dies geht auf Kosten von Unternehmen, die als Pioniere und Avantgarde der Kreativwirtschaft agieren und für die Innovation in der Kreativwirtschaft wichtig sind. Auch im Maagareal werden vermutlich nur etablierte Unternehmen der Kreativwirtschaft überleben. Nutzten bislang vor allem die «kleinen Kreativen» die Industrieareale, werden sie seit einigen Jahren zunehmend von den grösseren und etablierteren Konkurrenzern. Die höhere Nachfrage nach Räumen führt zu höheren Preisen, die sich nur noch finanzkräftige Unternehmen leisten können. Weichen kleine Kreativunternehmen in andere Stadtquartiere oder Städte oder sogar ins Ausland aus? Wieweit sich neue Cluster und Szenen beispielsweise in Altstetten oder in anderen weniger zentralen Gebieten bilden werden, ist offen. Altstetten wird immer wieder als potenzieller Ausweichstandort für die Kreativen genannt. Tatsächlich hat die Zahl der Beschäftigten in den Bereichen Architektur und Design zwischen 2001 und 2005 zugenommen. Insgesamt hat das Quartier aber rund 20 Prozent Beschäftigung in der Kreativwirtschaft verloren, in erster Linie im Teilmarkt Software. Für die Zukunft ist nicht abzuschätzen, wo sich neue Kreativmilieus bilden, ob im Langstrassenquartier und in der Binz die Clusterbildung verstärkt und ob die Trends in Zürich-West anhalten. Sicher ist: Die Raumfrage wird ein Schlüsselement für das Gedeihen der Kreativwirtschaft bleiben. Vertiefte und detaillierte Studien zur Raumsituation in der Kreativwirtschaft in Zürich sind deshalb zu empfehlen.

⁷ Die Studie *zone*imaginaire* erforscht Rahmenbedingungen und Bedeutung von Zwischennutzungen in Zürich, Aarau und Winterthur im Auftrag der drei Städte und der KTJ des Bundes. www.zone-imaginaire.ch.

Literatur

Duncan, O. und Duncan B. (1955): A Methodological Analysis of Segregation Indexes, in: ASR, 20 (1955), S. 210-217.

Heider, K. (2007): Der Einfluss der Kreativwirtschaft in Zürich auf die Entwicklung von Stadtquartieren. Diplomarbeit, Universität Dortmund.

Klaus, Ph. (2006): Stadt, Kultur, Innovation. Kulturwirtschaft und kreative innovative Kleinunternehmen in der Stadt Zürich. Seismo Verlag, Zürich.

Lange, B. (2007): Die Räume der Kreativszenen. Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin. Transcript Verlag, Bielefeld.

Weckerle, Ch. et al. (2007): Kreativwirtschaft Schweiz. Daten – Modelle – Szene. Birkhäuser Verlag, Basel.

Weckerle, Ch. und Söndermann, M. (2003): Kulturwirtschaft Schweiz – Das Umsatz- und Beschäftigungspotential des kulturellen Sektors. Erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz, Zürich.

Tabelle 1: Branchen und Teilmärkte der Kreativwirtschaft⁸

NO-GA-Code	Beschreibung	Teilmarkt
2211A	Verlegen von Büchern	Buch
2212A	Verlegen von Zeitungen	Presse
2213A	Verlegen von Zeitschriften	Presse
2214A	Verlegen von bespielten Tonträgern	Musik
2215A	Sonstiges Verlagswesen	Presse
2222A	Offsetdruck	Presse
2222B	Siebdruck	Presse
2222C	Sonstiges Drucken	Presse
2223A	Binden von Büchern	Buch
2231A	Vervielfältigung von bespielten Tonträgern	Musik
2232A	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern	Phono
2233A	Vervielfältigung von bespielten Datenträgern	Buch
2625A	Herstellung von keramischen Erzeugnissen	Kunsth Handwerk
3230A	Herstellung von Rundfunkgeräten sowie phono- und videotechnischen Geräten	Phono
3622A	Bearbeitung von Edel- und Schmucksteinen	Kunsth Handwerk
3622B	Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedwaren (ohne Phantasieschmuck)	Kunsth Handwerk
3630A	Herstellung von Musikinstrumenten	Musik
5245B	Detailhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik	Phono
5245C	Detailhandel mit Ton- und Bildträgern	Musik
5245D	Detailhandel mit Musikinstrumenten	Musik
5247A	Detailhandel mit Büchern	Buch
5247B	Detailhandel mit Zeitschriften und Zeitungen; Kioske	Presse
52480	Kunsthandel	Kunst
5250A	Detailhandel mit Antiquitäten	Kunst
5540B	Diskotheken, Dancings, Night Clubs	Darstellende Kunst
7221A	Verlegen von Software	Software/Games
7222A	Softwareberatung und -entwicklung	Software/Games
7420A	Architekturbüros	Architektur
7420B	Innenarchitekturbüros	Architektur
7420G	Landschaftsplanungsbüros und Gartenarchitekturbüros	Architektur
7440A	Werbeberatung	Design
7440B	Werbevermittlung	Werbung
7481A	Fotografie	Design
7485B	Übersetzungsdienste	Presse
7487B	Grafikateliers, Design	Design
7487C	Ausstellungs- und Messeorganisation	Design
9211A	Film- und Videofilmherstellung	Film
9212A	Filmverleih und Videoprogrammanbieter	Film
9213A	Kinos	Film
9220A	Radioanstalten	Rundfunk
9220B	Fernsehanstalten	Rundfunk
9231A	Theater- und Ballettgruppen	Darstellende Kunst
9231B	Orchester, Chöre, Musiker	Musik
9231C	Selbstständige bildende Künstler	Kunst
9231D	Sonstige künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	Kunst
9232A	Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern und Konzerthallen	Darstellende Kunst
9232B	Sonstiger Betrieb von Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen und Hilfsdienste dafür	Darstellende Kunst
9234A	Erbringung von sonstigen kulturellen und unterhaltenden Leistungen	Darstellende Kunst
9240B	Selbstständige Journalisten	Buch

⁸ Wie eingangs erwähnt, differiert diese Darstellung in einigen Punkten von der Zuordnung im Bericht von Weckerle et al. 2007. Ein detaillierter Vergleich der beiden Abgrenzungen wird auf Anfrage zur Verfügung gestellt.

Impressum

Zweiter Zürcher Kreativwirtschaftsbericht

Herausgeberin



Stadt Zürich
Wirtschaftsförderung



**Amt für Wirtschaft und Arbeit
des Kantons Zürich**
Standortförderung

Alle Rechte vorbehalten © Text- und Datenbeiträge bei den Text- und Bildautoren

Empirisches Portrait der Kreativwirtschaft Zürich

Zahlen und Fakten zum Wirtschaftsjahr 2005

Research Unit Creative Industries (RUCI) der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK)

Michael Söndermann, Christoph Weckerle

Z

hdk

Zürcher Hochschule der Künste
Departement Kulturalanalyse und -Vermittlung

Fachliche Auskünfte

christoph.weckerle@zhdk.ch

michael@soendermann.de

Geographie der Kreativwirtschaft

Visualisierung und Interpretation der räumlichen Entwicklung der Zürcher Kreativwirtschaft

INURA Zürich Institut GmbH,

Philipp Klaus Statistisches Amt des Kantons Zürich,

Dominic Bentz, Claudia Hofstetter



**STATISTISCHES AMT
DES KANTONS ZÜRICH**

Fachliche Auskünfte

klaus@inura.ch

dominic.bentz@statistik.ji.zh.ch

Redaktion/Koordination

Auftraggeber

Produktion

Autoren

Layout/Druck

GeoPrint Shop Stadt Zürich, Geomatik + Vermessung, Werdmühlestrasse 9, 8001 Zürich

Auflage

1'500 Ex.

Bezug Printversion

Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Zürich, Standortförderung, Walchestrasse 19, 8090 Zürich,

Telefon: +41 43 259 26 37, Fax: +41 43 259 51 71, standort@vd.zh.ch

Stadt Zürich Wirtschaftsförderung, Postfach, 8022 Zürich,

Telefon: +41 44 412 36 37, Fax: +41 44 412 36 37, www.stadt-zuerich.ch/wirtschaft

Download pdf-Datei: www.creativezurich.ch

